IPLACEX
TECNOLÓGICO NACIONAL

GESTION LOGISTICA Y DISTRIBUCIÓN

UNIDAD Nº I

Importancia de la logística en el sistema empresarial.



Introducción

Las empresas, y la manera de gestionar sus operaciones internas se relacionan con otros elementos de la cadena de suministro y se han convertido, en los últimos tiempos, en el factor determinante para la competitividad, el aumento en la diferencia de rendimiento existente entre las empresas líderes y otros. Esta tendencia, junto con los cambios en el entorno empresarial ha cambiado el perfil deseado de los profesionales que trabajan en el área de logística. La logística es un área tan amplia que se puede observar ya sea en el ámbito público o privado, abarcando y pensando en cada momento y en cada acción, qué debe tomarse para que los procesos que añaden valor al producto final se lleve a cabo con éxito. Otro detalle importante de la logística, es el nivel de servicio, que va a brindar. Teniendo en cuenta las medidas que se establecen para esto, en este nivel, son: **pre - operación**, que pasa a ser el momento en que se estableció el acuerdo entre las partes teniendo siempre cuidado de elaborar los documentos que certifican la combinación. La siguiente actividad es sin duda **la transacción**, momento en el cual el acuerdo se establece, y es el proceso logístico quien efectúa los plazos de administración, el inventario y el envío de los productos. El siguiente paso es **colocar la transacción** cuando se intenta dar cuenta de posibles fallos o la satisfacción del cliente que pueden servir para futuras transacciones, así como las encuestas de satisfacción. Otro aspecto importante de la logística son los indicadores de costos, que participan en el proceso de logística e indicadores de rendimiento para medir la eficiencia del proceso. La gestión de la logística tiene la tarea de planificación de las actividades necesarias, siempre en busca de los niveles deseables de servicio y calidad a costos competitivos. La logística es la unión de cuatro actividades básicas: la **adquisición, manipulación, almacenamiento y entrega de productos**. Para cumplir con la satisfacción del cliente, la calidad total dentro de la gestión de materiales debe ser continua.

Por lo tanto, se puede gestionar de forma integrada, es muy importante que la logística sea tratada como un sistema, un conjunto de componentes interrelacionados que trabajan de manera coordinada con el fin de lograr un objetivo común. Un cambio en cualquiera de los componentes de un sistema es, en efecto, el principio sobre otros componentes en el mismo sistema. En el mundo globalizado, es necesario que las organizaciones planifiquen

estratégicamente para poder mantener este espacio competitivo. Las herramientas informáticas para la gestión de la información se han convertido en dispositivos importantes para que las empresas las integren a sus sistemas .Antiguamente no proporcionaron la fiabilidad y la transparencia que exige el mercado hoy, logrando así la organización de una manera integrada como para ser tratada con la logística. Un punto muy importante para todos los sistemas de logística es el compromiso de todos los empleados y personas relacionadas con el trabajo de estudio, independientemente de su especialidad. Los trabajadores deben tener conocimientos básicos de la importancia de su tarea que consiste en la realización del proceso en el contexto global. Los retos son enormes dentro de la gestión de la logística. Un desafío que debe estudiarse con mayor detenimiento es la integración del personal, que muestra cómo las funciones específicas están conectadas y que la actividad no se agota en sí misma, por lo que la comunicación entre las personas implicadas es muy importante para que los resultados sean positivos.

Ideas Fuerza

- Definición de Logística - La logística es la unión de cuatro actividades básicas: la adquisición, manipulación, almacenamiento y entrega de productos;
- Conceptos de Logística
- Logística y competitividad;
- Logística Empresarial;

1. –DEFINICIÓN DE LOGISTICA

La logística es el conjunto de todas las actividades de manipulación y almacenamiento necesarios para facilitar el flujo de productos desde el punto de adquisición de la materia prima hasta el punto final de consumo, así como los flujos de información que ponen en movimiento los productos y la obtención de niveles de servicio adecuado a los clientes a un costo razonable. La logística es un campo relativamente nuevo, aunque esta actividad durante mucho tiempo ha sido desarrollada por el hombre. Al ser un área que involucra operaciones complejas y debido a su característica geográfica, el proceso siempre se renueva y la **implementación de las mejores prácticas de logística se ha convertido en una de las zonas más difíciles e interesantes de la gestión en los sectores públicos y privados** (BOWERSOX;CLOSS, 2009). La logística es el área de la administración que se encarga del transporte y almacenamiento de mercancías. Es el conjunto de la planificación, operación y control del flujo de materiales, bienes, servicios e información de la compañía, la integración y la racionalización de las funciones del sistema desde la producción hasta la entrega, lo que garantiza una ventaja competitiva en la cadena de suministro y la satisfacción del cliente resultante. Se puede definir como la unión logística de cuatro actividades básicas: la **adquisición, manipulación, almacenamiento y entrega de productos.** Para estas actividades de trabajo, es imperativo que la planificación logística, esté estrechamente relacionada con las funciones de fabricación y comercialización. La definición del Consejo de Administración de Logística plantea que, la logística es la parte de gestión de la cadena de suministro que planifica, implementa y controla el flujo y almacenamiento eficiente y económico de las materias primas, materiales semielaborados y productos terminados, así como la información que brinda, desde el punto de origen al punto de consumo con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

Logística internacional necesita algún tipo de atención cuando se opera exclusivamente en el mercado interno. En la actualidad, se habla mucho de la logística responsable y de éxito o fracaso de las organizaciones. Pero lo que se advierte en el mercado, es que se sabe muy poco acerca de las actividades de logística y cómo deben ser definidas en organizaciones.

Pero después de todo cabe preguntarse, en realidad ¿Qué es la logística? La logística puede entenderse como la adición de cuatro actividades básicas: la **adquisición, manipulación, almacenamiento y entrega de productos**. Y, la operación completa de ellas, es la planificación logística, materiales o procesos relacionados con las actividades de producción y comercialización en su totalidad.

1.1 Concepto de logística

La Logística comenzó en el ejército y fue a partir de entonces que llegó al reconocimiento actual, pero con el tiempo su concepto fue ganando terreno y su aplicabilidad en el negocio ha llegado a ser muy importante. Varios otros autores discuten sobre este tema importante y cada vez más está ganando mayor atención por parte de las empresas. La logística es el flujo de procesos y la información que aseguren los productos estén en el lugar deseado, en el tiempo deseado, en almacenes y centros de distribución ,a los clientes. De acuerdo con el Consejo de Gestión Logística (CLM). La logística es el proceso de planificación, la ejecución y el control del flujo eficiente y eficaz de los bienes, servicios e información desde el punto de origen al punto de consumo con el fin de satisfacer las necesidades del cliente. De acuerdo con Bowersox y Closs (2009), **"El objetivo es hacer que los productos de logística y servicios estén disponibles en el lugar donde más se necesitan, cuando se desean." Novaes (2001)** El autor explica que la demanda logística moderna reúne todos los elementos del proceso, los plazos, la integración de los sectores de la empresa y la creación de alianzas con proveedores y clientes para satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores. A medida que las tecnologías están avanzando en sectores de negocio, el concepto de la logística está cambiando.

Las innovaciones en la tecnología, especialmente en tecnología de la información y telecomunicaciones, comenzó el proceso de globalización. Con la red de telecomunicaciones como telefonía fija y móvil, internet, televisión, máquina de fax, entre otras innovaciones, hizo posible la difusión de información entre las empresas y las instituciones financieras que unen los mercados mundiales. Según Lambert (citado SUCUPIRA et al., 2003), las actividades de

logística necesitan " Integrarse en sus diversas etapas, comenzando en el momento de la adquisición a través de manipulación y terminando en su almacenamiento”.

2. Las dimensiones de Logística

La logística se puede caracterizar por un proceso que implica tres dimensiones dentro de la organización: **aprovisionamiento, producción y distribución**. En la dimensión de la oferta, se incluyen las actividades necesarias para la investigación y el desarrollo conjunto de productos y garantizar la disponibilidad de alta calidad de las materias primas, componentes y envases en el tiempo y en las cantidades necesarias para cumplir los requisitos del proceso de fabricación, de modo que resulten a un menor costo en la cadena logística total. Según Ching (1999, p 90), "**en los planes de logística de suministro están alineados proveedores estratégicos y empresas que brinden los recursos directos para reducir los costos y desarrollar nuevos productos”.** Para reducir el tiempo de suministro de materiales y productos, se debe recibir una mejor calidad y reducir el inventario. Tanto la empresa como el proveedor, deben tener productos disponibles siempre que sea necesario, planificar con precisión la producción, ya que es vital para integrar los procesos de negocio con los proveedores y establecer relaciones estrechas y duraderas. El tiempo transcurrido entre la manifestación de deseo de compra y la entrega efectiva de una orden es uno de los principales determinantes de la efectividad de la cadena logística. Las compras asumen un papel estratégico en la empresa, y la categorización y gestión de proveedores son ejecutadas por la corporación. El proceso y las aplicaciones de compras se vuelven simplificadas e integradas con el proceso de llenado, con la finalidad de mejorar la productividad. Sin embargo, para muchas organizaciones, hay poco interés en la oferta de actividades logísticas. Las razones van desde la falta de conocimiento acerca de suministro de la participación en el costo total de la empresa, poco control sobre el movimiento físico de la oferta y la creencia de que el poder de negociación depende más en el lado de Proveedor.

El área de compras es responsable de seleccionar algunas empresas entre un número limitado de fuentes de alimentación, productos de distribución de suministro para varios clientes repartidos en muchos puntos diferentes. Por otra parte, los volúmenes tratados de canal de

suministro tienden a ser mucho más pequeña que en el canal de distribución. En el tamaño de la producción, la logística no mezcla ninguna relación externa directamente. Es una parte totalmente desarrollada en la empresa que involucra todas las áreas de material de conversión y producto acabado, por lo cual existe sincronismo entre la producción y demanda de los clientes. En este paso la estrategia de producción se basa en la demanda, es decir, las necesidades del cliente.

Un mercado en constante cambio, implica procesos de producción flexibles con capacidad de intercambio rápido para la personalización de masas, y fiable, con altos niveles de calidad.

Entrega a los clientes.

En la distribución del tamaño, la logística implica la relación entre las empresas y sus clientes consumidores. Esta es la etapa responsable de la distribución física del producto terminado a los puntos de venta al consumidor y para garantizar que las solicitudes de entrega puntual, sea exacta y completa. En la logística de distribución, las alianzas se conforman con socios, para satisfacer las necesidades del cliente y reducir al mínimo los costos de distribución.

El producto de reemplazo ya no se basa en una solicitud, pero sí en una necesidad real. El sincronismo se da entre la demanda, la fabricación, la distribución y el transporte, donde las acciones se gestionan a nivel mundial y su disponibilidad se comprueba en tiempo real. El cliente debe ser maximizado por la empresa. Proporciona un punto concentrado de productos de gestión de contratos y servicios, y proporciona una única fuente de información de los clientes.

2.1 Logística y competitividad

Todas las organizaciones tratan de diferenciarse de sus competidores para ganar y mantener clientes. Pero esto se está convirtiendo cada vez en algo más difícil. El aumento de la arena competitiva, representada por las posibilidades de uso y la producción globalizada, la necesidad para hacer versiones más frecuentes de nuevos productos, que generalmente tienen ciclos vida corta, y el cambio en el perfil del cliente, cada vez más informado y exigente, obligan a las empresas a ser creativas, ágiles y flexibles, como también aumentar su calidad y fiabilidad. Sin lugar a dudas, las tareas son difíciles, y exigen un mayor esfuerzo. El consumidor se ha vuelto

cada vez más exigente, y refieren principalmente a precio, calidad y nivel de servicio. Investigaciones recientes muestran que los productos en general, son cada vez más cercanos a la percepción de los clientes. En este momento, la aplicación de la logística puede ser diseñada para obtener ventaja competitiva. Los objetivos de la logística se orientan a proporcionar el producto adecuado, en cantidad correcta, en el lugar correcto, en el momento adecuado y las condiciones apropiadas para el cliente con derecho a un precio justo. Por lo tanto, es evidente la intención de lograr tanto la eficiencia y eficacia en el proceso. La reducción de costos se hará mediante la suave y correcta ejecución del flujo de materiales que se hará en forma sincronizada con el flujo de información, lo que permite la reducción de los inventarios, el aumento del uso de los activos involucrados, eliminación de residuos, optimización de los sistemas de transporte y almacenamiento. En otras palabras, no habrá uso racional y optimización de todos los factores utilizados. ¿Qué significa que las incertidumbres se intercambien para obtener información, a través de un proceso bien coordinado y minimicen los recursos necesarios para llevar a cabo actividades sin pérdida de calidad de servicio al cliente final? El objetivo de esta lucha por la supervivencia en el mercado, está generando movimientos que pueden neutralizar las inversiones realizadas por los competidores con el fin de ganar el cliente mediante el cumplimiento de sus necesidades. El valor añadido puede surgir en el suministro de entregas más fiables y frecuentes, en cantidades más pequeñas, la mayor variedad de productos que ofrecen mejor servicio post-venta, mayor facilidad para hacer negocios y su individualización en la organización. Todas estas instalaciones se pueden convertir en un diferencial a los ojos del cliente, que puede estar dispuesto a pagar una prima más alta para un mejor servicio, lo que por cierto, representa beneficios. Por ejemplo, una entrega más rápida y fiable en cantidades menores, permiten al cliente trabajar con menores inventarios, lo que permite disminuir las inversiones. Además del proceso de adquisición o unión a otra compañía, la competencia requiere de la empresa, mucho más creatividad en todos los aspectos de organización, a partir del desarrollo de marcas y productos, reducción de costos en la cadena de suministro, la velocidad de entrega, la percepción del producto por parte del consumidor, incluye la obtención de la información necesaria para reaccionar rápidamente.

2.2. Logística empresarial

La logística es la combinación de cuatro actividades básicas: **la adquisición, manipulación, almacenamiento y entrega de productos.** La integración de todas las actividades involucradas en la logística, se denomina **logística integrada** y aunque esta integración de las operaciones es un paso más para lograr un buen rendimiento, es necesario que se administre.

La dirección de la empresa de logística dirige todas las actividades de manipulación y almacenamiento que facilitan el flujo de productos desde el punto de adquisición de la materia prima hasta el punto de consumo final, así como los flujos de información que pone el producto en movimiento, con el fin de proporcionar niveles adecuados de servicio a los clientes a un costo razonable (Ballou, 2004). Debe haber un compromiso de todas las personas relacionadas con el trabajo de logística, independientemente de su especialidad. Los empleados deben tener conocimientos básicos de la importancia de su tarea que consiste en la realización del proceso en el contexto global. Hay varios desafíos en la gestión de la logística, que deben estudiarse con mayor detenimiento para que esta integración con los empleados, muestre cómo las funciones específicas están conectadas y que la actividad no termina en sí misma. Por lo tanto, se puede gestionar de forma integrada la logística y debe ser tratada como un sistema, es decir, un conjunto de componentes interconectados, trabajando de manera coordinada con el fin de lograr un objetivo común.

2.3. Misión de la logística

La gestión de la logística tiene la tarea de planificación de las actividades, necesarias siempre en busca de los niveles de servicio y calidad a costos competitivos. El negocio de la logística cumple con la planificación y gestión de los flujos de bienes y servicios y la información agregada que pone en movimiento, vale decir, su misión es la de poner los bienes o los servicios ajustados en el lugar y el momento adecuado y proporcionarlo al precio más competitivo posible. La logística debe entenderse como una conexión importante entre el mercado y la actividad operativa de la empresa, para alcanzar las metas y cumplir con sus clientes de forma rápida y brindar la provisión de bienes y servicios de manera eficiente y efectiva. Es una misión muy

importante para la empresa, ya que implica costos y servicios al cliente, el punto principal de la organización. La gestión de los costos debe ser estudiado con mucho cuidado, como se explica a continuación.

2.4 Costos

Uno de los mayores retos a los que se enfrentan los gerentes de hoy son los costos de logística, donde los productos y servicios deben tener calidad y competitividad. En los costos a nivel de las necesidades de servicios, ha existido un aumento, por tanto estos clientes no están dispuestos a pagar más por ello. El precio se encamina a ser un elemento de clasificación, y el nivel de servicio, un diferenciador en el mercado. En tanto, la responsabilidad de las ganancias de logística añade valor al producto, a través del servicio ofrecido por ella. De acuerdo con Ballou (2004), **"costos afectan el nivel de servicio, ya que los costos de logística tienden a aumentar con el aumento de las tasas, como el nivel de servicio que es empujado a niveles más altos."** Con esto, el servicio tiene un nivel más alto, por ende, también el costo será más alto para el cliente. Lo que ocurre es que en la búsqueda de la reducción de costos, las empresas se han concentrado en la producción y el almacenamiento de las plantas únicas, que debido a la necesidad de reducir los costos, buscan invertir en fábricas para proporcionar crecimiento de la producción en un conjunto más pequeño de productos y en una sola planta, para lograr economías de escala , al igual que con el inventario centralizado, que se orienta a reducir los niveles de inventario. Por lo tanto, esta concentración también puede proporcionar aumento de los costos de logística mediante el aumento de las distancias que resultan una reducción del nivel de servicio al cliente y la distancia al suelo de los mercados. Así mismo, estas circunstancias hacen necesario un mayor esfuerzo para ofrecer al cliente un diferencial, que se puede comparar con la logística de gestión.

2.5 Logística - Servicios

El esfuerzo logístico se traduce en un buen servicio al cliente. El valor limitado de algunos productos en relación con su precio de venta puede ocurrir dependiendo de las necesidades del consumidor, y puede proporcionar un gran valor. Con esta información, el principal desafío

logístico es encontrar cumplir con prontitud a las necesidades del cliente, y para ello, las empresas deben utilizar y adquirir tecnología de la información de apoyo con características básicas de la agilidad, velocidad y también la flexibilidad. Para la calidad del flujo de productos y servicios, es necesario que haya un nivel de servicio de gestión de llamadas. Ballou plantea (1993), **"El nivel de servicio puede ser descrito como el rendimiento que los proveedores ofrecen a sus clientes en el cumplimiento de la orden".** De acuerdo con Bowersox y Closs (2009), el nivel de servicio básico ha de lograrse teniendo en cuenta la disponibilidad, el rendimiento y la fiabilidad de funcionamiento como se indica a continuación:

***Disponibilidad** - es la capacidad inmediata para que el producto al gusto del cliente esté disponible para satisfacer sus necesidades.

***Rendimiento operativo** –Es la medida del tiempo entre la solicitud y la generación de la orden de compra hasta la entrega. El rendimiento operativo puede ser definido por la flexibilidad en la entrega del producto, consistencia de la información, la flexibilidad para satisfacer las demandas y planes inesperados contingencia para recuperar las interrupciones del servicio que pueden suceder. Busca satisfacer al cliente en el tiempo estimado.

***Fiabilidad** - es la capacidad de tener la disponibilidad del producto y el rendimiento operativo que estaban previstos. Mantener la solicitud de información permanentemente actualizada y la provisión al cliente, es un factor tan importante como la entrega de la solicitud. La compañía para tener la intención de tener un alto nivel de rendimiento, debe estar siempre alerta y debe medir los errores y determinar la desviación de la información e indicadores para facilitar su mejora continua.

A nivel mundial, las empresas están conscientes de que la tarea de satisfacer las expectativas de nivel de servicio de los clientes y, al mismo tiempo cumplir con los objetivos de costos de la organización sin trabajar de manera conjunta con otros miembros de la cadena de suministro, es casi imposible.

Los Indicadores logísticos son herramientas muy importantes y ayudan en el control de la eficiencia y eficacia de las actividades de logística interna y fuera de la organización, tienen como objetivo maximizar los beneficios, reducir las pérdidas y mejorar la atención de los clientes de la entidad y relación con los proveedores. El indicador de desempeño logístico está destinado

a controlar la calidad de las actividades logísticas internas realizadas en la empresa y también de sus proveedores. Estas pueden ser:

***Interna**: Estos indicadores internos comprueban el rendimiento de los procesos internos de la empresa. Puede tener como ejemplo la rotura de stock, el tiempo del ciclo del pedido, la rotación de inventario, pedidos por hora, stock disponible para la venta, la longitud del vehículo de transporte de la estancia, el costo final dentro de las colecciones y la capacidad de carga del transporte.

***Factores externos:** Estos indicadores externos, comprueban el rendimiento de los servicios prestados por los proveedores y las entregas de la compañía hecha a tiempo. Las entregas a tiempo de reabastecimiento del proveedor devuelven en parte o en su totalidad la solicitud de servicio realizado.

Dentro de una organización hay varios procesos logísticos, lo que hace muy difícil el seguimiento práctico de todos ellos. A través de indicadores es posible vencer esta enorme dificultad en la recopilación de diversos datos, lo que puede afectar negativamente a todo el proceso de toma de decisiones, provocando una dificultad en contra de su creación. De esta forma, cada empresa debe medir el rendimiento de los procesos más importantes que se consideran "clave" para tener éxito y satisfacer de manera positiva a sus clientes. La logística debe ser tratada como un sistema compuesto de componentes interconectados, trabajando coordinadamente.

3. LOGISTICA INTEGRADA

La logística integrada surgió a principios del año 80. Introducida por el movimiento de la calidad total y la producción ajustada, que ha evolucionado rápidamente en los últimos años impulsado principalmente por la revolución tecnológica y la demanda del mercado para un mejor rendimiento en los servicios de distribución. La Logística integrada se puede definir como el conjunto de actividades realizadas que tratan de lograr un objetivo común. Para gestionar de forma integrada, la logística debe ser tratada como un sistema, es decir, un conjunto de

componentes interconectados, que trabajan de manera coordinada, tratando de lograr un objetivo común. Un cambio en cualquiera de los componentes del sistema tiene un efecto en otros componentes del mismo sistema. Tradicionalmente, la logística ha sido siempre una fragmentación, lo que dificulta el proceso de implementación integrada de ella. Mejorar los procesos que actúan en el aislamiento puede poner en peligro el rendimiento del flujo de la logística, empujando todo el sistema a una subutilización. Esta práctica es la disyuntiva, o el principio de compensación también conocido como pérdidas y ganancias. La integración de los procesos logísticos puede ocurrir a través de la integración interna y externa.

1**) la integración interna**: permite a las organizaciones alcanzar la excelencia operativa a un menor costo. Por lo que debe tener un buen conocimiento acerca de las ventajas y desventajas de cada proceso para que se tomen decisiones de manera integrada.

2) **la integración externa:** es el desarrollo e interacción de las relaciones de cooperación entre los distintos miembros de la cadena de suministro, con el objetivo de búsqueda de información, reducir costos, eliminar duplicaciones, agilidad, aprendizaje y mejora continua para satisfacer al cliente.

En este enfoque ha emergido el concepto de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM) o la cadena de suministro de gestión (CGS)

4. La importancia de inventario físico

También conocido como balance general, es el conteo físico de los elementos que componen la población con el fin de comparar la cantidad contenida en el registro de existencias y la cantidad real existente en los estantes. La diferencia conlleva el ajuste, de acuerdo con las normas contables y la legislación tributaria. Los inventarios son los controles que se pueden producir en forma periódica o cíclica. La diferencia entre estos dos procesos es que un inventario periódico que se lleva a cabo a intervalos de tiempo regulares, mientras que la realización cíclica implica un recuento de todos los días.

El inventario es un procedimiento regular dentro de una empresa, puede ayudar a descubrir altos niveles correctos de daños en el almacén. El inventario puede ser definido como **descripción analítica y específica de todos los elementos del balance**. Como una herramienta analítica, discrimina analíticamente todos los activos y como instrumento específico, dirigido a cada tipo de estos bienes. Es un recuento de los materiales existentes que tienen como objetivo hacer frente a la realidad física de las existencias con los registros contables correspondientes. Su propósito es controlar la ubicación y la descripción de la propiedad, que proporciona datos adicionales necesarios acerca de las capacidades operativas, volúmenes de producción, información general acerca de la instalación, los fabricantes, los reemplazos, mantenimiento y otros. El objetivo del inventario físico es llevar una determinación real de los activos existentes, con el fin de permitir el control del registro adecuado de los elementos de patrimonio. Los inventarios son realizados para reducir los costos de una empresa, ya sea costos de adquisición, relacionados con el material que falta, los de calidad por arranque, costos por almacenaje, los generados por la coordinación de la producción, los relacionados con la reducción de capacidad, y los costos de pedidos. Su función principal es mantener el balance en las mercancías que entran y salen de la empresa.

Inventario físico es el instrumento de control para la verificación de los saldos de inventario en almacenes y depósitos, y el equipo permanente y materiales para uso en el cuerpo o entidad que permitirá, entre otros:

a) ajustar la entrada de datos de saldos y movimientos de las acciones con el equilibrio físico real en las instalaciones de almacenamiento;

b) análisis de los resultados de las actividades a cargo del almacén a través de los resultados obtenidos en la inspección física;

c) el levantamiento del estado de los materiales almacenados en relación con la reorganización de las poblaciones;

d) el levantamiento del estado de los equipos y materiales permanentes en uso y sus necesidades de mantenimiento y reparaciones

Tipos de Inventarios físicos

a) **anual** - diseñado para mostrar la cantidad y valor de los activos, propiedad de cada unidad de gestión de activos, existentes al 31 de diciembre de cada año - hecho el inventario anterior y los cambios en el patrimonio neto durante el año;

b) **inicial** - realizado en la creación de una unidad de gestión para la identificación y registro de los bienes bajo su responsabilidad.

c) **la transferencia de responsabilidad** – Se lleva a cabo cuando se cambia la cabeza de una unidad de gestión.

d) **la extinción o la transformación** - da cuenta de la terminación o transformación de la unidad de gestión.

e) **posible** - es llevar a cabo la acción en cualquier momento ,a iniciativa del jefe de la unidad de gestión o por iniciativa de la agencia de inspección.

CONCLUSIÓN

La gran competencia entre las empresas lleva a las organizaciones a considerar la mejor manera de implementar una logística inteligente. Un conjunto de funciones que racionalizan la compra de materias primas, la conservación de los productos a la entrega, la ubicación geográfica, lo que garantiza ventajas competitivas dentro de la cadena de suministro y, por tanto, la satisfacción de un espacio competitivo que la empresa necesita para lograr ventajas competitivas y tener una estrategia de logística de una forma integrada y sistemática, para cumplir con la satisfacción de sus clientes. La importancia de este estudio para el avance de la investigación en gestión organizacional, es describir el proceso de logística y administración que se necesita en las empresas . Por lo tanto, el compromiso de todos, independientemente de su especialidad o función es fundamental. Se debe prestar atención a varias funciones que están correlacionadas y que la actividad no termina en sí misma, sino comienza una nueva actividad. La logística se ha convertido en una acción esencial con la globalización. Los efectos de la globalización del mercado de trabajo son evidentes, la creación de puestos de trabajo a países con mano de obra barata, trabajan para realizar servicios que no necesitan una alta cualificación, con una producción distribuida entre varios países, es la creación de un solo producto, donde cada empresa crea una parte, vale decir, crear el mismo producto en varios países para reducir los costos y obtener una ventaja competitiva en el acceso a los mercados regionales.

BIBLIOGRAFÍA

- BOWERSOX Donald J.,CLOSS,David J.; Cooper,M.Bixby – *Supply Chain Logistics Management* - Published by U.S.A.: McGraw Hill Higher Education (2009);
- CHING, Hong Yuh. La gestión del inventario en la cadena logística integrada. São Paulo: Atlas, 1999;
- BALLOU, Ronald H. Logística: Administración de la Cadena de Suministro, Quinta edición, editorial Pearson Educación. 2004
- MAYNARD, Harold – *Manual del ingeniero Industrial* – McGraw Fill, 2005
- COUNCIL OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PROFESSIONALS, CSCMP. "Definición de Gestión Logística" (en inglés). Consultado el 4 de septiembre de 2008.
- Christopher. Logística Aspectos Estratégicos. Editorial Limusa. 2001
- D.M. Lambert, M. Cooper, J. D. Pagh, 'Supply Chain Management: Implementation Issues and Research Opportunities, the International Journal of Logistics Management. Vol.9, nº 2, 1998
- KOTLER Philip. Dirección de marketing. Editorial PHH. MEXICO 2004

IPLACEX
TECNOLÓGICO NACIONAL

GESTIÓN LOGISTICA DE DISTRIBUICIÓN

UNIDAD Nº I

Importancia de la logística en el sistema empresarial.



Introducción

La logística es un sistema que promueve la gestión y el desarrollo de la producción desde la adquisición de materias primas hasta la entrega al consumidor final. Su función tiene una gran importancia para las organizaciones, proporcionando un sistema de gestión con la finalidad de promover la competitividad en el mercado y la calidad al consumidor. En esencia, la logística permite a la compañía realizar su misión de la organización a través de un ajuste de la planificación y posicionamiento en el mercado estratégico. Tales procedimientos sugieren la presentación de un producto diferenciado y de interés social, que se transmite y valora con el fin de convertirlo en un producto competitivo en el mercado. El sistema de control de la adquisición e inventario es un proceso fundamental en la gestión de una organización mediante la adición de valor y las relaciones entre proveedores, la empresa y los clientes. La compañía gestiona su producción y control de inventario junto con un suministro eficiente capaz de satisfacer su demanda, análisis de costos, calidad y condiciones de entrega. Este sistema de compras permite a la organización funcionar de manera eficiente sus actividades y rigurosamente planificadas, basadas en la demanda y la satisfacción del cliente. El almacenamiento proporciona a la compañía un control de producción de la empresa, proporcionando la asignación de insumos y productos según la necesidad en el momento. Por lo tanto, se considera muy importante que las empresas mejoren sus sistemas de compras de acuerdo a la demanda y tengan una relación estable con sus proveedores y clientes, por lo que hay insumos para ser producidos, proveedores para satisfacer las necesidades del cliente y para comprar este tipo de productos. Del mismo modo, es importante adaptar el sistema de compra de acuerdo a la demanda y la disponibilidad de los proveedores, es esencial que las organizaciones tengan un sistema de almacenamiento eficiente. Debido al hecho que el material de alimentación para la producción depende gran parte del proveedor, es importante que la empresa a crear un sistema de almacenamiento sea capaz de satisfacer las necesidades de producción cuando hay fallos o retrasos de los proveedores. El almacenamiento debe ser construido de acuerdo con la capacidad de producción de mayor satisfacción de margen de fallas de organización de suministros. Por lo tanto, el almacenamiento es muy importante para

las organizaciones lo que no hay dependencia en el suministro de insumos para la producción y la inseguridad durante la actividad.

Ideas Fuerza

- Logística y Desarrollo;
- Cadena de Suministro;
- Gestión de La Cadena de Suministros;
- Distinción entre la Gestión de Logística y cadena de suministro (SCM);

Desarrollo

La logística ha ganado importancia estratégica y es clave para el desarrollo del mundo actual, caracterizado por la globalización presente. Proporciona sistemas globales más eficientes y eficaces a través de los negocios y operaciones y procesos que se desarrollan dentro de las organizaciones de logística y una mejor productividad a través de la logística interna u operativa. Es a través de la comprensión del negocio que las actividades de valor añadido de la empresa pueden ser entendidas correctamente. El negocio de la logística difiere de la realizada por los operadores logísticos, y se asocia con las cadenas de suministro y redes de suministro, logística de operativos asociados con la gestión de inventarios. El negocio de la logística, en términos generales, tiene mucho que ver con la globalización de desarrollar un servicio que utiliza los procesos de integración en los sistemas, muchos de los cuales constituyen redes nacionales, regionales y globales.

. La logística es un concepto que tiene sobre todo dos puntos de vista de la comprensión. Un enlace de procesos derivados de diferentes organizaciones con un fin comercial que permite múltiples organizaciones y proporcionan bienes o carga a diferentes lugares en el momento adecuado y de la forma más económica y funcional. Estos procesos integrados son realizados por un operario competente (u operador logístico). Otra, dirigidos a la integración de los procesos internos con una finalidad operativa realizada de manera eficiente para introducir un producto en el lugar y momento adecuado (o logística de la operación). El operador logístico se refiere a la entidad que ha estado involucrado en la planificación, ejecución y control de los flujos de información y productos (cargas o mercancías) y es responsable del proceso integrado, modal o intermodal, incluyendo su manipulación, almacenamiento y transporte de estos productos de una o diversas fuentes (clientes o productores) a uno o diferentes destinos

En el enfoque de la "distribución logística la atención, se dirige hacia la comprensión del papel de la logística en el negocio de la **gran distribución.** Este negocio proporciona lugares estratégicos, incluye espacios diseñados y organizados, donde exponen productos que satisfagan las necesidades de los clientes y / o consumidores, una lógica comercial atractiva y funcional, con fácil acceso y diversos planes agrupados por tipo de producto. Por

ejemplo, en el caso de los supermercados donde los productos se muestran en forma lineal, ya que los clientes buscan y dependen de la concurrencia, lo que requiere una sustitución periódica con intervalos de tiempo más grandes o más pequeñas. Sin embargo, gran parte de las mercancías o bienes de consumo u otros, deben ser accesibles en los almacenes adyacentes a donde se canalizan en el contexto de la gestión de existencias. Su llegada a la bodega se deriva de la logística interna y otras operaciones llevadas a cabo por el operador logístico que presta el servicio o la logística de negocios. Se entiende que el negocio de los grandes minoristas tiene que ver con la capacidad de ofrecer a los ciudadanos (clientes, consumidores, usuarios) en un espacio dado, múltiples bienes o varios bienes, con la mayor diversificación posible, de una manera organizada, utilizando logística interna y técnicas de comunicación estudiados en su propio marco de las directrices estratégicas, proporcionando un servicio especializado. En este negocio se combinan, la cantidad y diversidad de bienes o mercancías, el precio de esos productos o mercancías en el marco de la fijación de precios y la forma en que se hacen accesibles. Por supuesto, hay muchos otros factores a considerar en la complejidad de la empresa, en particular el papel fundamental de las operaciones logísticas.

La logística integración de múltiples procesos implica cargas (bienes o mercancías), personas e información. El objetivo final es garantizar la disponibilidad de carga (mercancías o materias primas) en su lugar y el momento adecuado, eficiente y al menor costo de operación, lo que requiere la comprensión del concepto de sistemas complejos adaptativos y considerar el pensamiento complejo en su perspectiva holística. La combinación de acción sistémica con la observación holística permite que el propio sistema provea condiciones para un máximo rendimiento. Por lo tanto, para el cumplimiento de los objetivos, se aseguran las mejores opciones para el proceso de interconexión y la elección de los recursos. Los sistemas pueden ser simples o complejos. La realidad pone de relieve la creciente complejidad de los sistemas y la necesidad de una mayor comprensión. Se percibe que se mueve hacia un nivel también más complejo (o nivel superior) que las redes de sistemas comprendidos.

Logística y concepto de Desarrollo

Para una comprensión más completa de la logística es necesario no sólo el dominio de los conceptos y prácticas, sino también una amplia comprensión de su evolución histórica y su correlación con la evolución de toda la gestión industrial. La visión histórica del desarrollo subyace a una visión crítica de la situación actual, así como las tendencias de la logística. Cinco pasos clave en la evolución de la logística se identificaron en estudios recientes por Fleury et al (2000), el primero llamado "campo de mercado", situado al principio del siglo XX se centró en el problema de la eliminación de la producción agrícola. El punto de partida de esta etapa es la publicación de John F. Crowell en 1901, un tratado sobre los costes y los factores que afectan a la distribución de productos agrícolas. Este fue el primer texto para abordar estas cuestiones. La segunda etapa, "las funciones segmentadas", se llevó a cabo entre 1940 y 1960 y se caracteriza por la especialización y énfasis en el rendimiento funcional. En esos años el enfoque logístico era departamental, y los esfuerzos eran todos para mejorar la eficiencia de los enlaces sin preocupación de la integración de la cadena. A partir de 1960 comienza la tercera etapa, llamada "funciones integradas". El objetivo era entonces la integración de la logística interna, con énfasis en el concepto de costo total y el tratamiento sistémico. En este momento viene la primera gran asociación de logística de académicos profesionales y el Consejo Nacional de Gestión de la Distribución Física - NCPDM. La junta define la logística de la siguiente manera:

"La logística consiste en las actividades asociadas con el movimiento eficiente de los productos acabados desde el final de la línea de producción para el consumidor, y en algunos casos incluye el movimiento de la fuente de suministro de materia prima para el comienzo de la línea de producción. Estas actividades incluyen el transporte, almacenamiento, manipulación de materiales, embalaje, control de inventario, la elección de la ubicación de las plantas y almacenes, procesamiento de pedidos, las previsiones de pedidos y servicio al cliente."(1962)

El cuarto paso, **foco al cliente,** está empezando a partir de 1980 y se centra en el estudio de la productividad y el costo de las existencias. Este es el momento de cambiar el

NCPDM de CLM - Consejo de Manejo Logístico. La definición de la logística se convirtió entonces en: **"La logística es el proceso de planificación, ejecución y control de la eficiencia, el costo efectivo flujo y almacenamiento de materiales, materiales de inventario en el proceso de fabricación, la información acabada y otros correspondientes, desde el punto de origen al punto de consumo con el fin de adaptarse a las necesidades del cliente. "(1986).** Finalmente, el último paso es la **logística como un elemento diferenciador**, que corresponde al día de hoy. Ahora la logística es vista como un medio para obtener una ventaja competitiva. También se destaca la aparición del concepto de la gestión de la cadena de suministro (Supply Chain Management). En la década de 2000 el CLM cambia su nombre por el Consejo de Supply Chain Management Professionals - CSCMP y la nueva definición de mesa de logística se denomina: **La gestión logística es la parte de gestión de la cadena de suministro que planifica, ejecuta y controla los flujos de eficiencia y eficacia directa e inversa, el almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada entre el punto de origen y el punto de consumo con el fin para satisfacer las necesidades del cliente**.

Cadena de Suministro

La cadena de suministro se define como “el conjunto de actividades que involucra la distribución del producto al consumidor final, desde la adquisición de materias primas, fabricación y montaje, almacenamiento, control de inventario, control de entrada y de salida materiales, la distribución entre los eslabones de la cadena, la entrega al consumidor y también el sistema de información involucrada (LUMMUS y Vokurka citados FIRMO, 2004, p. 2). Novaes (2001, p. 38) afirma que "El largo camino que se extiende desde las fuentes de materias primas, más allá de las fábricas de componentes para la fabricación del producto,

el distribuidores, y, finalmente, llegar al consumidor a través del distribuidor, es la cadena oferta".

Gestión de la Cadena de Suministros - Supply Chain Management (SCM).

Uno de los temas centrales de la logística moderna es la gestión de la cadena de suministro – Suministro gestión de la cadena (SMC) para el foro SMC celebrado en la Universidad Estatal de Ohio (Novaes, 2001, p 41.): "SMC es la integración de los procesos industriales y comerciales a partir del consumidor final y ir a los proveedores iniciales de generación de productos, servicios e información que aportan valor añadido al cliente". De acuerdo con Lummus y Vokurka (citado FIRMO, 2004, p. 2), **"la cadena de gestión materiales de construcción es responsable de integrar y coordinar las actividades de la cadena de suministro. También pretende conciliar las principales áreas de la cadena, con el fin de promover la producción y distribución de bienes en cantidad, tiempo y lugar correcto".** Todo producto o bien físico que adquirimos, llega a nuestras manos por la existencia de una cadena de suministro que se inicia en el proveedor inicial de las materias primas y termina en nuestras manos, los consumidores finales. Por ejemplo, para comprar un zumo de naranja en efectivo en el supermercado, es necesario disponer de naranjas plantadas, las cuales han sido recogidas y luego procesadas en forma de jugo, el jugo ha sido empaquetado, transportado y finalmente distribuido en tiendas al por menor (tiendas de comestibles, supermercados) donde se encuentra el producto. Esta secuencia de acciones se conoce como cadena de suministro e implica varios participantes: desde la fábrica que procesa el jugo de naranja, para el agricultor, la empresa que realice el transporte, el almacenamiento, mayoristas y minoristas y otros participantes.

Para Ganeshan y Harrison (1995) la gestión de la cadena de suministro (SCM) es una red de servicios y opciones de distribución, que tiene por objeto realizar funciones de compra de materiales, la transformación de materias primas en productos terminados y semi terminado, y distribuir esos productos a los consumidores. En este sentido, las principales decisiones de SCM a las relacionadas con la ubicación de las fábricas, plantas de fabricación, centros de distribución y almacenes, es decir, la ubicación de su red.

Además, las decisiones de producción, incluyendo qué producir, lo que producen las fábricas que conecta a los proveedores de plantas y fábricas de CDs, también están dentro del alcance de SMC. Decisiones de valores (gestión, almacenes, la estrategia de inventario) y el transporte (modal, compensaciones) están también entre los relacionados con SMC. Tal vez la mayor confusión se asocia con la infraestructura. Es recurrente escuchar de la logística y confundirse con la infraestructura. Vale decir, cuando tenemos falta de recursos como en el caso de las carreteras en mal estado, las colas en los puertos, aeropuertos y escuchado a alguien decir que tenemos un problema logístico, cuando en realidad lo que tenemos es un problema de logística, que es quien se encarga de planificar, implementar y controlar el flujo eficiente y menor costo de materiales hacia y desde una empresa, incluyendo la información relacionada con el propósito de satisfacer las necesidades del cliente. En la logística de la década de 1970, no había coordinación entre las diversas funciones entendidas como la logística, especialmente con la introducción de la gestión de la distribución física y el transporte, sino también con cada función comprometida exclusivamente a lograr su propio objetivo de la organización. En el período 1990 - 2000 hay un nuevo factor en el entorno empresarial, el cambio de milenio llevó a las empresas a mejorar sus sistemas integrados (ERP) para aquellas Y en el 2000, las ofertas de logística eran compatibles y la posibilidad de integración entre los sistemas de negocios,

El sistema integral SMC aumenta el alcance, incluyendo proveedores y clientes en varios niveles (los proveedores de los proveedores a los clientes de los clientes) con la coordinación con vistas a la racionalización / optimización del flujo de materiales e información de la compra de material prima hasta el consumo del producto acabado. Los objetivos de la Cadena de Suministro (SCM) es eliminar redundancias y reducir el tiempo de ciclo y el inventario con el fin de ofrecer un mejor servicio a los clientes con el menor costo. La atención se desplazó desde el paradigma de la cuota de mercado de acciones para el paradigma cliente, donde el objetivo es crear **valor para el cliente**, lo que aumenta la rentabilidad de las empresas, el valor del accionista y la ventaja competitiva sostenible en el largo plazo.

La logística consiste en conseguir la fuente adecuada, el producto adecuado en la cantidad correcta y la calidad adecuada, en el lugar correcto en el momento adecuado al cliente adecuado al precio adecuado. La cadena de suministro consta de proveedores, los clientes minoristas y consumidores finales. El propósito de una red integrada en una cadena de suministro es para satisfacer la demanda del cliente mediante la generación de valor a través de funciones, incluyendo:

- Suministros;
- PPCP - planificación, programación y control de la producción;
- La gestión del inventario;
- El procesamiento de pedidos;
- Traslado y almacenamiento (ahora llamados intralogística, término criado por Deutsche Messe responsable de CeMAT);
- Transporte;
- Gestión de la información.

La logística es un factor de integración y colaboración. Mejorar el rendimiento en este campo permite que la cadena de suministro pueda aumentar significativamente su eficiencia y contribuir en la creación de valor y las innovaciones en varias áreas. En este contexto, una tarea importante es encontrar estructuras y enfoques para todo tipo de gestión del rendimiento en logística y cadenas de suministro para servir mejor a las necesidades del cliente. Gestión de la cadena de suministro es un enfoque de la función transversal que incluye la gestión del transporte de las materias primas, los aspectos del procesamiento interno de materiales en productos terminados, y el movimiento de los bienes al consumidor final. A medida que las organizaciones se esfuerzan para centrarse en sus competencias básicas (capacidad de la base) y la búsqueda de una mayor flexibilidad, reducir su propiedad de las fuentes de materias primas y de los canales de distribución.

Estas funciones se externalizan cada vez más a otras entidades que pueden realizar mejor las actividades para reducir el costo o de manera más eficaz. El efecto es aumentar el número de organizaciones que participan en la satisfacción del cliente, la reducción de la administración de energía de las operaciones logísticas diarias. Menos energía y más socios llevaron a la creación de conceptos de gestión de la cadena de suministro. El propósito de la gestión de la cadena de suministro es mejorar la fiabilidad y la colaboración entre los socios de la cadena de suministro, mejorando así la visibilidad del inventario y la velocidad de movimiento de los materiales. Hay cuatro áreas importantes de decisión en la gestión de la cadena de suministro:

- ✓ ubicación
- ✓ producción
- ✓ inventario
- ✓ Transporte (Distribución)

Y hay muchos elementos estratégicos y operativos en cada una de estas áreas de decisión.

Distinción entre la Gestión de Logística y cadena de suministro (SCM)

En la literatura, Logística y cadena de suministro (SCM) se usan indistintamente, aunque hay una sutil diferencia entre los dos. Cadena de Suministro (SCM) es de naturaleza más estratégica, mientras que la logística es más orientada las operaciones. A medida que la cadena de suministro (SCM) se ocupa más con los eslabones de la cadena, los contratos y las relaciones, la selección de proveedores, la información y los flujos financieros, así como los flujos de materiales, la creación de nuevas instalaciones, tales como fábricas, almacenes y centros de distribución, y más preguntas de ancho, tales como la economía, la sociedad, el gobierno y el medio ambiente, el ámbito de la logística es más o menos confinada a la rutina de trabajo de transporte y almacenamiento de mercancías. Sin embargo, uno puede ver que la logística es el núcleo de la gestión de la cadena de suministro (SCM), si falla la logística, toda la cadena se rompe.

CADENA DE SUMINISTRO DE GESTIÓN E INFORMACIÓN

La falta de sistemas de información ayuda a que las empresas gestionen la cadena de suministro con ineficiencias, problemas como la falta de piezas, la capacidad de producción ociosa, stock. Los costos excesivos de transporte, son causados por la información inexacta, generando una falta en la cadena de suministro.

Siempre habrá incertidumbre en una cadena de suministro, debido a demoras en los problemas de entrega en un producto en particular, haciendo que las empresas tengan un stock de seguridad para estas situaciones, y por lo tanto mejor será la gestión de la cadena, si menor es la incertidumbre. Otro factor que afecta a la cadena de suministro es la demanda de información distorsionada, generando el efecto látigo. Esto, debido a una gran demanda de un elemento en la cadena.

La información sobre la oferta y la demanda son exactas y detalladas, lo que reduce las incertidumbres de la cadena. Para que esto suceda es necesario la interacción de todos los componentes de la cadena de suministro, el intercambio de información sobre el inventario, entonces, en la oferta y la demanda, existe una simetría entre en las empresas que participan en la cadena de suministro.

APLICACIÓN DE GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

El principal objetivo de los sistemas de gestión de la cadena de suministro es la visibilidad de la información, es decir, el rápido intercambio y comunicación abierta de la información entre los miembros de la cadena, hacer que la información se sincronice con el fin de minimizar los inventarios y acelerar la entrega al cliente.

Hay dos tipos de software en la cadena de suministro, para ayudar a planificar la cadena y llevar a cabo las funciones de la cadena de suministro.

Los sistemas de planificación de la cadena hacen que la empresa pueda organizarse para adquirir materia prima para la fabricación de un producto en específico, puede establecer los niveles de inventario de materias primas, determinar dónde almacenar los productos terminados y también identificar los medios de transporte para la entrega de los productos. Por ejemplo, un cliente decide hacer un cambio a una petición de último minuto, causando

un tremendo impacto en la cadena de suministro. En este caso se trata de planificación de la cadena de suministro que hace que este proceso y la transmisión de la información al resto de los miembros de la cadena, haga los ajustes necesarios para que la solicitud pueda ser enviada a la empresa y pueda satisfacer la demanda de todos los clientes. Ya los sistemas de ejecución de la cadena de suministro gestionan el flujo de productos por los centros de distribución y almacenes para ser entregados a los lugares correctos, con la mayor rapidez y eficacia. También manejar la situación física de los productos, las tiendas y el transporte e incluso la información financiera.

GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO E INTERNET

Las empresas comenzaron a tener acceso a Internet para ver el contenido disponible abiertamente por otras empresas y publicar información que ellos mismos consideraron oportuno sobre sí mismos, para su acceso general por los usuarios de Internet. Sin embargo, Internet se ha convertido también visto como una plataforma para la provisión de contenidos de interés restringido, ya que los usuarios se están familiarizando con su medio ambiente y de los recursos disponibles, la reducción de costes y la necesidad de formación adicional para utilizar. En la actualidad, muchas empresas utilizan proveedores de diferentes países, e Internet para ayudar a coordinar a escala global, la búsqueda de materias primas, el transporte, las comunicaciones, las finanzas y el cumplimiento de las reglamentaciones aduaneras. Con una creciente necesidad de las organizaciones para mantenerse actualizadas, usando cada vez más con frecuencia la tecnología de Internet, ha hecho posible la integración de la cadena de suministro sin tener altos costos. Debido a esto, muchas organizaciones han comenzado a estructurar redes internas basadas en herramientas y servicios similares y servicios similares a los servicios de Internet sólo protegiéndolos de acceso externo.

Estas redes internas utilizadas para el suministro e intercambio de información entre los empleados, se han convertido en intranet. El siguiente paso consiste en permitir a los socios de negocios tener acceso a una parte de estas redes, o redes desarrolladas

específicamente para ellas, con el fin de mejorar la comunicación y la integración entre los eslabones de la cadena de suministro. A través de intranets y extranets, todos los miembros de la cadena de suministro al instante tiene la posibilidad de comunicarse entre sí, utilizando información actualizada para ajustar compras, logística, producción, envasado y horarios. Por tanto, una buena gestión de la cadena de suministro implica el uso de las tecnologías de Internet para lograr el equilibrio correcto de los bajos niveles de inventario y la satisfacción del cliente. Así, la cadena de suministro termina creando unas líneas ininterrumpidas e integradas que se extiende desde los clientes a los proveedores, estableciendo enlaces electrónicos entre las organizaciones y los socios externos para compartir e intercambiar datos. A medida que los clientes compran los productos, los datos se alimentan automáticamente en el sistema de información sobre la cadena. Con el conocimiento de estos datos sobre la demanda, la compañía puede producir y enviar los productos adecuados cuando sea necesario. A medida que los productos se fabrican, los datos sobre las materias primas utilizadas en el proceso de producción, la información de inventario actualizado se proporciona electrónicamente por los proveedores de sistemas y extranet restaurando el stock de materias primas, según sea necesario. Un aspecto importante de la gestión de la cadena de suministro es la gestión de relaciones con los proveedores, porque cuando se reducen las existencias, se revelan los problemas de un proceso de producción mal diseñado y administrado. Internet y la tecnología de Internet le permiten pasar las cadenas de suministro secuenciales donde la información y los materiales de flujo secuencial de empresa a empresa, de las cadenas de suministro concomitantes que la información fluye en muchas direcciones a la vez entre los miembros de una red de cadenas de suministro.

En última instancia, la Internet puede crear un **"sistema digital logístico**" que cubre toda la cadena de suministro. Este sistema permite la comunicación simultánea y multidireccional de información sobre acciones, aplicaciones y capacidades de los participantes, además de la mejora de las actividades de las empresas y grupos de empresas que interactúan en el comercio electrónico individual. En el escenario mundial, donde la competencia es cada vez más feroz, una empresa ya no compite con otro individuo, pero la cadena de suministro de sus productos compite con las cadenas de suministros de sus competidores. Un buen uso

de Internet hace que, las organizaciones obtengan una mayor eficiencia en sus operaciones, logrando una mejora en su cadena de suministro, el análisis de la habilidad y la integración.

VALOR DE NEGOCIO DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Entre muchos cambios en el entorno empresarial, tal vez el más grande es el foco de la velocidad, impulsado por el bien de los computadores y las telecomunicaciones. Todo esto tiene consecuencias sobre las prácticas de trabajo de las empresas que deben desarrollar estructuras organizativas capaces de responder rápida y flexiblemente a las necesidades del mercado. La competitividad de una economía global no permite más empresas sin control en el mercado. El concepto de cadena de valor describe las nuevas estructuras y procesos mediante los cuales las organizaciones buscan prepararse estratégicamente. Estos autores hacen hincapié en que la cadena de valor es un modelo que describe cómo un producto se mueve desde la etapa de la materia prima hasta el consumidor final, y el objetivo es añadir el mayor valor a los enlaces en la cadena de manera menos costosa posible. La logística es uno de los principales factores que proporcionaban la ventaja competitiva que las empresas necesitan para mantenerse al día en un mercado global, con el fin de satisfacer al cliente, con el fin de maximizar el beneficio. La gestión de la cadena de suministro, sino que apunta más allá de la gestión de la logística, una mayor integración de las actividades de las organizaciones, y el establecimiento de relaciones fiables y duraderas con clientes y proveedores.

Vale la pena mencionar que todo esto debe estar impregnado de información que soportan los sistemas de proceso, de modo que, de esta manera, la organización pueda agregar al valor del producto acabado para la percepción de los consumidores. Una visión más amplia del proceso de gestión de la cadena de suministro que no termina con la simple entrega del producto al consumidor final, sino que también tiene que ver con el flujo inverso de estos bienes, que se encuentra en una preocupación creciente de negocio, porque teniendo en cuenta que las organizaciones hoy en día operan en un mercado global, las demandas de los proveedores y clientes sobre las cuestiones ambientales se multiplican, llegando a ser un factor importante. La cadena de valor es muy confundida con la cadena de suministro, en

realidad, la cadena de suministro se inserta en la cadena de valor de una empresa, mientras la cadena de suministro se refiere a la logística de entradas hasta la llegada en la línea de producción, la cadena de valor acompaña este movimiento y continúa hasta la entrega del producto al cliente. Otra novedad para muchos, es que la cadena de valor debe existir como un área, o la gestión integral en el organigrama. La vista de la cadena de valor como un simple concepto o totalmente conectado con el flujo de producción, no existe. Podemos decir que la cadena de valor es la columna vertebral de una organización, ya que sus miembros necesitan estar en contacto constante con otras áreas de la empresa. Y no sólo eso, para la operación de la empresa en su conjunto, es esencial que la cadena de valor esté funcionando de la mejor manera posible, es decir, con el pleno apoyo de otras áreas, de acuerdo con el proceso y la autonomía para actuar. Respecto a la cadena de valor, su importancia es que no se trata sólo de problemas relacionados con el proceso de producción, sino también con problemas de las ventas relacionadas con el flujo de planificación o estrategias de crecimiento en la venta de un producto, por ejemplo, la distribución mediante la elaboración de un flujo de alimentación a los centros de distribución, almacenamiento de análisis y definición de mejores prácticas de almacenamiento, y la definición de la política de inventario.

La cadena de valor no puede ni debe ocuparse solo de su cadena real, sino analizar y conocer la cadena de valor tanto a sus proveedores y sus clientes, ya que esta práctica es esencial para comprender mejor el fondo de su proceso de analizar sus fortalezas y debilidades, e identificar las oportunidades y amenazas en el mercado.

CONCLUSIÓN

Logística y SCM son conceptos diferentes. Mientras que el primero está relacionado con una serie de procesos que permite el flujo de materiales e información desde el punto de origen al punto de recepción, el SCM es la integración estratégica del proveedor original al consumidor final, con el propósito de agregar valor a todos los participantes en la cadena, especialmente el consumidor. Se hace notar aquí que la logística maneja procesos importantes tales como el transporte, la distribución física, gestión de inventario y almacenamiento, procesamiento de la información y la gestión integrada de estos procesos, mientras SMC abarca los procesos de logística, pero la atención se centra en los procesos de integración y los participantes en la cadena, asumiendo de esta forma, un carácter más estratégico. Sin embargo, hoy en día, es evidente que el individualismo informativo y tecnológico está siendo tomado por una serie de herramientas que ayudan en proyectos de colaboración y herramientas de trabajo que desarrollan un papel importante en la toma de decisiones, desde el nivel operativo, a través de entrenador para llegar a la dirección.

BIBLIOGRAFÍA

- LACRAMPE, Serge., *Logistioca comercial, Informatica y Fuerza de Ventas* - Madrid (1992);
- MAYNARD, Harold., *Manual del Ingeniero Industrial* – McGRaw Hill (2005);
- MORA GARCIA, Luis Anibal., *Indicadores de la Gestión Logística*.;
- MORA GARCIA, Luis Anibal., *Diccionario de Logistica y Negocios Internacionales,* Medellin(2002);
- VOLLMANN, Thomas., *Gestion de La Cadena de Suministro – Mc Graw Hill;*
- GIL,Gutierrez Casas, *Logistica y Distribuicon Fisica – MC Graw Hill*


IPLACEX
TECNOLÓGICO NACIONAL

IPLACEX
TECNOLÓGICO NACIONAL

GESTION LOGISTICA DE DISTRIBUCIÓN

UNIDAD Nº II

Logística de Abastecimiento y Distribución.



Introducción

La logística consiste en un conjunto de actividades que tienen que ver con el flujo de materiales, desde el punto de suministro para llegar al consumidor final. Las organizaciones pueden gestionar adecuadamente este flujo, consiguiendo de esta manera la mejora de la calidad de servicio al cliente y ahorro de costos. El objetivo de la empresa de logística, es el estudio de cómo la administración puede proporcionar un mejor nivel de rentabilidad en los servicios de distribución a los clientes y consumidores, a través de la planificación, organización y control efectivo de la manipulación y almacenamiento de las actividades para facilitar el flujo de productos. En el entorno actual competitivo en el que operan las empresas, la globalización trae consigo la incertidumbre económica y un escenario cada vez más complejo y variado, en que la fidelización de clientes, asociaciones con proveedores, almacenamiento, medios de comunicación, transporte y distribución son algunas de las variables que deben ser consideradas, debido a que la implicaciones para la supervivencia de las empresas en el mercado actual son muchas. La logística empresarial estudia como la administración puede proporcionar un mejor nivel de rentabilidad en los servicios de distribución a los clientes y consumidores, mediante la planificación, organización y control efectivo de las actividades de manejo y almacenamiento para facilitar el flujo de mercancías en el negocio. La gestión de materiales es parte de la logística empresarial. Puede ser entendida como el conjunto de las operaciones asociadas con el flujo de materiales e información de la fuente de materia prima para la entrada en la fábrica. En resumen está disponible para la producción; y participación en estos sectores: construcción, transporte, almacenamiento, Planificación y Control. La logística es un conjunto de actividades que se ocupa de la creación de valor para clientes y proveedores de la empresa y para todos aquellos que tiene interés en ella. La Gestión logística eficaz, interpreta cada actividad de la cadena de suministro como contribuyente del proceso de agregación de valor. Cuando se puede agregar valor de bit, es discutible la existencia de la actividad de la cadena. Sin embargo, añade valor cuando los consumidores están dispuestos a pagar por un producto o servicio.

Ideas Fuerza

- Componentes de Logística
- Enfoque de Logística
- Logística de Transportes
- Tipos de Transportes Modal
- Gestión de Inventario.

Desarrollo

Compuestos Actividades

De acuerdo con Ballou (2006), las actividades que se lograron compensar en la logística empresarial varían según las empresas, dependiendo, por ejemplo la estructura organizativa, etc. La actividad compuesta se puede dividir en actividades clave y actividades de apoyo:

1. Actividades claves:

Los servicios al cliente padronizados que cooperan con el marketing para:

a) Determinar las necesidades y deseos de los clientes en el servicio logístico.

b) Determinar la reacción de los clientes con el servicio.

c) Establecer los niveles de servicio al cliente.

Transporte:

a) Servicio de Selección y transporte modal.

b) consolidación de carga.

c) Determinación de las secuencias de comandos.

d) Programa de vehículo.

e) La selección del equipo.

f) el tratamiento de las reclamaciones.

g) auditoría de carga.

Gestión de stocks:

a) Políticas de inventario.

b) las previsiones de ventas.

c) variedad de productos en el punto de almacenamiento.

d) número, tamaño y ubicación de los puntos de almacenamiento.

e) justo a tiempo de las estrategias, empujar y tirar.

Los flujos de procesamiento de la información y el orden:

a) Procedimiento de interfaz entre las órdenes de compra e inventario.

b) las solicitudes de métodos de transmisión.

c) las normas sobre las solicitudes.

2. Actividades de soporte:

Almacenamiento:

a) Determinación de espacio.

b) diseño stock.

c) la configuración del almacén.

d) Ubicación de archivo.

Manipulación de materiales:

a) Selección de los equipos.

b) normas de intercambio de equipo.

c) Procedimientos para aplicaciones de separación.

d) La asignación y recuperación de materiales.

Las compras:

a) Selección de la fuente de suministro.

b) el momento de la compra.

c) Cantidad de compras.

Embalaje:

a) tramitación.

b) Almacenamiento.

c) La protección contra pérdidas y daños.

Cooperación con producción / operaciones de:

a) agregado asciende especificaciones.

b) secuencia y el calendario del volumen de producción.

c) Esquema de suministro de producción / operaciones.

Información de mantenimiento:

a) Recogida, almacenamiento y manejo de la información.

b) Análisis de los datos.

c) Control de Procedimientos

ENFOQUE DE LOGISTICA DE SUBSISTEMAS

Del mismo modo que en las guerras, se utilizó la logística como una estrategia militar, en la actualidad se ha utilizado en las empresas con el fin de tener una ventaja competitiva sobre sus competidores y ganar su función de consumidor. El mercado de negocio de la logística es la gestión de la operación de logística integrada que incluye la realización de manera eficiente y eficaz, el flujo de materiales que van desde los proveedores y llega a los consumidores, lo que garantiza la sincronización con el flujo de información que tiene lugar en la dirección opuesta. La forma en la logística, se ha aplicado y desarrollado en los negocios y la academia,y refleja la evolución de su concepto, la expansión de las actividades bajo su responsabilidad y, más recientemente, la comprensión de su importancia estratégica. El negocio de la logística, como una función integrada de una empresa, es un concepto relativamente nuevo, a pesar de que todas las empresas siempre desarrollan las actividades de adquisición, transporte, almacenamiento y distribución de productos. La novedad radica en el hecho de que las empresas comenzaron a desarrollar estas actividades de una manera integrada y coordinada, de acuerdo con una filosofía de optimización global,y la búsqueda de la mejor manera posible a los resultados del negocio.

LOGISTICA DE MARKETING

El marketing como herramienta de la logística es uno de los procesos de la cadena de suministro. Su actividad hoy, es vincular el cliente para el resto de la cadena. Mucho se sabe de su importancia, pero la función logística va más allá del simple hecho de la atención al cliente y ventas. Tiene que ver con la posición de la empresa en relación con el mercado y el posicionamiento con el fin de lograr la competitividad y por lo tanto la rentabilidad. En la logística existe una de las actividades de conexión con el cliente que es: la demanda distribuida por canales de estructuración del producto que la Logística Marketing lleva a la empresa a posicionarse en relación a su producto: la cuota de mercado, marca, servicios. La compañía le preguntará si el cliente compra su producto o servicio que se ofrece en relación con el producto

que se brinda, y también en el porcentaje de propiedad de los productos. En cuanto a la distribución debe tener cuidado de comprobar algunas de las características del producto. Estas características son fundamentales para la posición de la empresa en el mercado debido a una mala elección en el tipo de distribución puede dar lugar a la interrupción de las actividades empresariales.

LOGISTICA DE TRANSPORTE

Desde los años 90, con la desaparición de las fronteras geográficas, Ahora, las empresas se enfrentan a la realidad de una fase de crecimiento que requiere amplias estrategias de desarrollo y soluciones al mercado global. El mercado también requiere de las compañías una operación rápida y flexible, sin embargo, es necesario también generar estrategias ineludibles para el suministro de productos y servicios de calidad y precio reducido. La mejora de la calidad de los productos y servicios, es la exigencia directa del cliente, sin embargo, algunos de ellos no están dispuestos a pagar por estas mejoras. Los costes son calificadores, y el nivel de servicio de un diferenciador al mercado. En este escenario, la logística, puede definirse como la parte de proceso de la cadena de suministro que planifica, programa y controla el eficiente y efectivo flujo de producción, los bienes de la media, las escalas de los servicios e información relacionados y finalmente lleva a través de las tasas sobre ellos (carga) el punto de origen hasta el punto de consumo, con el objetivo de cumplir con los requisitos de los consumidores que revela una característica de gran importancia para las empresas, dándoles diferenciales calidad y una mayor contribución a los resultados. La Gestión logística se centró en los costos operativos para luego emerger como una herramienta con el fin de proporcionar a los gestores, parámetros de evaluación de desempeño compatibles con los objetivos de la empresa. Logística y gestión, tendrán la función de añadir valor al producto a través del tipo de servicio que ofrece.

Las empresas deben estudiar cuáles son sus necesidades para mantener su competitividad y dirigirse al canal idóneo de distribución, para satisfacer las necesidades del cliente. Con la revolución industrial, la invención de la máquina de vapor y la sustitución de la madera por el acero, hizo posible la construcción de buques cada vez más grandes, que llevó al abaratamiento de los costes de transporte de las aguas que Revolucionó las primeras empresas e inició las redes de distribución física. En los primeros tiempos de la humanidad, todos los pesos eran realizados por el hombre mismo, de acuerdo con su capacidad física limitada

En la actualidad, el estudio de transporte de carga tomó el carácter sistémico de conocimientos científicos, y está tratando de comprender y analizar todas las variables involucrados para satisfacer mejor las necesidades complejas que surgen de las transacciones de negocios local, regional e internacional.

TRANSPORTE MODAL

Bowersox y CLOSS (2001) informaron que los cinco tipos de modos básicos de transporte, son por carretera, ferrocarril, agua nacida, la tubería y el aire. La importancia relativa de cada tipo se puede medir por la distancia recorrida el sistema, el volumen de tráfico, los ingresos y la naturaleza de la composición de tráfico. Por tanto, se discute aquí cada tipo de modalidad y su importancia. Sus definiciones y formas en las que los distintos modos de transporte (o modos) se relacionan con:

***Unimodal** - Cuando la unidad de carga se transporta directamente el uso de un solo vehículo en un solo medio de transporte y sólo con un contrato de transporte. Es la forma más sencilla del transporte.

***Sucesivos** - Cuando, al llegar a su destino final, la unidad de carga tiene que ser transportada por uno o más de un mismo vehículo de transporte, cubierto por uno o más contratos del transporte.

***Segmentado** - Al utilizar vehículos diferentes, vale decir uno o más medios de transporte, en varias etapas, con todos los servicios contraídos por separado a diferentes operadores.

Cualquier retraso puede significar la pérdida del transporte en otros modos, la creación de "falso flete", es decir, salario por haber reservado espacio, incluso sin realizar el transporte. La imputación de responsabilidad por pérdida o daño es muy compleja y genera daños por lucro cesante, la fluctuación de precios, etc., son prácticamente imposibles.

***MULTIMODAL** - Cuando la unidad de carga se transporta a través de la ruta, utilizando dos o más medios de transporte cubierto por un único contrato de transporte. Los principales medios de transporte más utilizados para hacer un transporte pueden ser:

- CAMINO - el transporte por carretera en camiones, etc;
- FERROCARRIL - transportes por ferrocarril, vagones de carga, plataformas etc;
- HIDROVIARIOS -Cursos de agua (río o lago) - buques de transporte a través de ríos, lagos o estanques;
- MARITIMO - buques de transporte, los mares y océanos;
- AQUAVIARIO(via fluvial) - cubre al fijar el modal marítimo y uno vía fluvial;
- AEREO - aviones de transporte a través del espacio aéreo;
- DUTOVIARIO - siempre en forma de carga seca a granel, líquidos o gaseosos, la carga se transporta a través de tuberías;

Las principales variables de decisión como la selección de los modos de transporte son la disponibilidad y frecuencia de los transportes, la fiabilidad de tiempo el tráfico, la carga, la tasa de fallos y / o daños (tasa de pérdida) y nivel de servicio. El tiempo de tránsito afecta al período de reabastecimiento, incluyendo el tiempo de pasado por el cargador en la consolidación y la manipulación, el tiempo de viaje, el tiempo necesario para transbordos y el tiempo necesario para liberación de cargo a su recibo.

Cualquier retraso imprevisto puede detener una línea de producción si las existencias de reserva son muy bajas. La posibilidad de fallos aumenta en proporción a la cantidad de manipulaciones y transbordos. A veces, la fragilidad de los productos justifica el uso de una carga modal que es significativamente mayor en costo. La sofisticación de servicios puede indicar, por ejemplo, a un sistema de posicionamiento geográfico satélite instantáneo a lo largo del camino.

TRANSPORTE RODOVIARIO

Es indiscutible la ventaja competitiva que el modo de carretera tiene, cuando se trata de ofrecer un servicio de puerta a puerta, ya que los otros modos se limitan a las instalaciones fijas de carriles, canales, tuberías y vías respiratorias. La logística ha sido un reto en la actualidad. La gestión del transporte es uno de los puntos que la gestión estratégica de la logística necesita tener en cuenta, para la eficacia de la empresa. Este material de lectura, presenta la importancia que la gestión del transporte por carretera tiene, en estos tiempos modernos, la satisfacción del cliente y reducción al mínimo de los costos. La Gestión del transporte tiene como objetivo, entre otros objetivos, la satisfacción del cliente y reducir los costos para la empresa. El sector del transporte es el movimiento de mercancías con garantía de integridad de la carga, la entrega a tiempo acordado y los costes al mínimo. Para lograr estos objetivos, sin embargo, se requiere la aplicación de las prácticas administrativas de acuerdo a las necesidades de las empresas. Sucede que muchas empresas aún no han abandonado el modelo tradicional de gestión de la familia, no aprecian las estructuras y procedimientos modernos y profesionalizados de gestión, la adopción de los cambios ahora son necesarios para la efectividad de transporte, especialmente el transporte por carretera. La gestión del transporte rodo viario muchas veces se ha dejado a un segundo plano. Se advierte La ausencia de un sistema permanente de monitoreo y control del rendimiento en el sector del transporte, y falta de índices que miden el grado de eficiencia del sector, para servir como una herramienta para la toma de decisiones y control administrativo.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE TRANSPORTE RODOVIARIO

Las principales ventajas son:

- La mayor disponibilidad de vías de acceso;
- Permite el servicio de puerta a puerta;
- La facilidad de sustitución del vehículo en caso de avería o accidente;
- Una entrega más rápida.

Desventajas que comprometen la operación:

- Mayores costos de operación y una menor capacidad de carga;
- Las épocas festivas provoca la congestión en las carreteras;
- Desgaste prematuro de la infraestructura de la red de carreteras.

GESTION DE TRANSPORTE EN LA ACTUALIDAD

La gestión del transporte por carretera es de vital importancia para la aplicación eficaz y eficiente de las operaciones de transporte. La logística se ocupa de los diversos aspectos relacionados con el producto de almacenamiento y manipulación de mercancías a la manipulación de la carga. El gerente de operaciones de este tipo debe cumplir con todo el sistema de distribución, e interrelacionar estas actividades con otras informaciones de otros sectores importantes de la empresa. La distribución física de los productos implica muchos componentes físicos y de información, que son: las instalaciones físicas, inventario de productos, vehículos, información diversa, y los gastos de personal. Todos estos componentes están interconectados y su función logística es tener cuidado de que cada elemento se administra adecuadamente. Cada componente que constituye el sistema de distribución de la empresa es un factor importante en la gestión logística. Las instalaciones ofrecen espacio a los bienes que se transferirán a las tiendas o clientes. Debería facilitar la descarga de las mercancías, transporte interno y la carga de los vehículos de reparto. La gestión de las existencias de los productos debe ser tal que el almacenamiento no tenga carga excesiva para la empresa, ya que en los últimos tiempos, la variedad de productos y opciones, hubo un aumento en los niveles de inventario, y muchos productos permanecen almacenados en fábricas, centros de distribución al por mayor, distribuidores y minoristas, lo que supone una gran carga para las empresas.

Actualmente, se busca reducir el inventario de la empresa para ser más competitivos en el mercado. La gestión de los vehículos de transporte también requiere una atención especial. A medida que los productos se comercializan en diferentes partes de la planta de fabricación y distribución, requiere el uso de vehículos, normalmente camiones, para el traslado de productos desde la fábrica hasta el almacén del mayorista, al centro y las tiendas de distribución del minorista. La decisión sobre el tamaño y la capacidad de los vehículos es una función de gestor de las operaciones de logística, puede ser la capacidad completa para los vehículos más grandes y, en el caso de las tiendas de artículos o con más frecuencia las entregas, se elige para vehículos más pequeños. Es de gran importancia para la gestión del sistema de distribución son la variedad de la información (base de clientes, número de agricultores que se entregará a cada cliente, condiciones de entrega y envasado de los productos, las rutas de entrega), y otra

información relevante para operación logística. La modernidad trajo la capacidad de planificar, programar y controlar la mayor parte de las actividades logísticas de distribución a través de programas de software que ayudan en la preparación de listas de embalaje de entrega, vehículos de carretera, las órdenes de control, devoluciones, seguimiento de flotas, entre otros . La tecnología que se utilizará para este (hardware) debe estar presente también en la actividad administrativa. Otro de los elementos necesarios para que la empresa sea competitiva y operativa, debe ser la evaluación constante por el gerente de logística. La transferencia de mercancías de un lugar a otro provoca un coste de transporte y se mide, por lo general por la distancia recorrida y la cantidad de carga. Así que parte de la gestión eficaz del sector de la logística y el sistema de distribución de disponibilidad debe tener adecuada estructura de costos y estar constantemente actualizado. El personal también se considera como un componente importante para el buen funcionamiento de los procesos, las cargas de transporte por carretera. El sistema de distribución de una empresa requiere personal debidamente capacitado y autorizado para que funcione de manera satisfactoria. No es suficiente confiar en equipos sofisticados y la información en las actividades de logística; reciclar el elemento humano es necesario en todos los niveles. El conductor y su ayudante al hacer una entrega, tienen contacto directo con el cliente y, si son mal guiados o mal entrenados, puede transmitir imagen negativa sobre la empresa para la que trabajan.

Del mismo modo, los empleados que trabajan en el centro de distribución y otras actividades relacionadas deben ser conscientes de los conceptos básicos de la logística, con el fin de llevar a cabo sus tareas de acuerdo con los objetivos estratégicos de la empresa. La gerencia de la empresa debe ser reciclado de forma permanente debido a los constantes cambios que se observan en la estrategia y las operaciones de las organizaciones. Una gestión que no tiene en cuenta toda la logística de los componentes, especialmente el elemento humano, puede conducir al fracaso. Este es el caso de una empresa de transporte que no tiene en cuenta la integración de los componentes logísticos y de otros sectores, que tenía que ir a la quiebra. La integración de la información con la adopción de enrutamiento, el uso de teléfonos móviles, radio, Internet, bloqueo del vehículo en caso de irregularidades, ha sido también las estrategias adoptadas por las empresas que adoptan la gestión logística eficiente. Por tanto, enfatiza la necesidad de una gestión integrada de la logística y el transporte por carretera en todos sus

aspectos. La gestión de la logística, como se muestra, es esencial para que la compañía tenga éxito y permanecer en el mercado. Todos los elementos son importantes en la estrategia de la empresa para lograr una mayor eficiencia. Uno de los factores que más necesitan de una gestión eficaz es el costo de envío. Esto se debe a que el transporte es responsable de la mayor parte de los costos de logística en una empresa. La preocupación por la reducción de los costos de transporte debe ser constante.

GESTION DE INVENTARIO

La Gestión de inventario, independientemente de la empresa que lo practica, es una serie de procesos con múltiples funciones relacionadas con la supervisión, manejo y gestión de materiales en estoque. Una gestión eficiente del inventario siempre da una ventaja competitiva a las empresas, cualquiera sea la naturaleza del negocio. Además de reducir los costos de operación, una buena gestión de inventario también lleva a los clientes satisfechos que continúan buscar la compañía en el futuro, lo que genera más negocio. Sin embargo, en la actualidad, la gestión de inventario no es tan simple como puede parecer a primera vista.

El primer paso (el más importante) para iniciar la gestión del inventario es recoger datos fiables en términos de detalle y sus valores. A continuación, debemos poner en práctica normas para proteger y custodiar la información de manera eficiente. Esto puede convertirse en la base para las mejoras en términos de estrategia operativa y productividad. Además de la supervisión física de los materiales que entran y salen del almacén, y las conciliaciones de los saldos de inventario, hay otras tareas que puedan estar involucrados en la gestión del inventario, incluyendo vigilancia y notificación de las técnicas de reemplazo de productos, análisis de la situación inventario actual y proyección, o el establecimiento de metas periódicas y re-ingeniería de la manera de trabajar. A pesar de la existencia de una gestión de inventario, por sí misma, ya se puede hacer una gran diferencia con respecto a obtener y mantener una ventaja competitiva. Sigue siendo necesario hacer esfuerzos para reducir continuamente el coste de la gestión de inventarios. Con esto en mente, han aparecido en varios sistemas de gestión de inventario de mercado, ofreciendo empresas de software. Estos sistemas de gestión buscan por lo tanto

ayudar a controlar los negocios y administrar su inventario de manera más eficiente. Los sistemas de gestión de inventario deben permitir la integración con otras soluciones de software existentes en las empresas. Por otra parte, además de proporcionar un acceso rápido y fácil a la información detallada sobre las compras e inventario, software de gestión de inventario debería también proporcionar datos fiables y oportunos. Aunque tales sistemas son herramientas valiosas para las empresas, hay algunos aspectos básicos y muy importantes para tener en cuenta para asegurar un flujo eficaz y adecuado. Tales aspectos incluyen algunas buenas prácticas, como la correcta entrada de datos en el sistema informático, la puesta en práctica de una estrategia de sustitución de todos los elementos de almacenamiento, y el desarrollo de una guía específica sobre el exceso de inventario y las existencias interrupciones recurrentes. Los buenos hábitos de gestión de inventario, junto con un sistema informático capaz y adecuado, proporcionarán cualquier tipo de empresa una ventaja competitiva importante frente a sus competidores, ya que se puede realizar fácilmente análisis de valores y rápidamente obtener información fiable sobre la misma.

La Gestión de inventario eficaz en la empresa es muy importante para un flujo de materiales (productos) magra, lo que garantiza un buen servicio al cliente final sin los residuos y el exceso de inventarios en toda la cadena. El objetivo principal de un sistema de la información de inventario es recoger y mantener los datos dentro de la empresa, para la toma de decisiones a nivel estratégico a la operativa. Cualquier empresa que necesita mantener un stock para la venta o como parte de la oferta de materias primas utilizadas en su cadena de suministro tiene que delimitar el control acervo político preciso y buenas prácticas de gestión de inventario. Por lo tanto, el objetivo principal es mantener acciones en niveles óptimos, con el menor costo posible, sin permitir que los clientes estén sin el producto para comprar. Es obvio que hay numerosas ventajas financieras y los ingresos de explotación para las empresas que son capaces de controlar efectivamente su inventario. Con una herramienta y una estrategia de gestión de inventario bien planificado, el gerente será capaz de lograr una gestión óptima de sus acciones, va a saber con precisión los artículos que salieron y los que vinieron a depositar. Una de ellas será seguro de la cantidad de productos que debe tener a mano en cada momento, lo que ayudará a prevenir la escasez de productos en esos momentos de alta, demanda lo que permite no sólo mantener un stock suficiente para cada período. Las buenas prácticas de gestión de

inventario de alimentos ofrecen soporte completo para un almacén siempre bien organizado. Esta disposición se reducirá el tiempo empleado para gestionar el acervo, lo que acelera el proceso de servicio al cliente y envío pedidos, destacando la satisfacción de los compradores que hacen negocios con su empresa. Cuando se organiza el cobertizo, las tareas de gestión de inventario se facilitaron mucho. Una gestión de inventario realizado en tiempo real, con un software específico para estos procedimientos ahorrará esfuerzos recuentos periódicos de inventario, por ejemplo, como los registros de los productos de la colección serán mucho más precisos y errores humanos se reducen de manera exponencial. Además, el capital de la empresa no será en vano en productos con bajo deseo, ya que los datos serán suficientes para entender cómo cada elemento de la colección se venderá conforme a las tasas de demanda y sus ventas de temporada.

Con un buen uso de los dispositivos de gestión de existencias, tales como escáneres de código de barras y software de gestión de inventario, la eficiencia y la productividad del personal será ampliado de manera significativa. La eliminación de procesos manuales innecesarios permitirá a los empleados a participar en otras áreas y las actividades más importantes de la empresa. Los resultados son sencillamente impresionantes. Una buena estrategia de gestión de inventario ayuda en la lealtad de los clientes, ya que sin duda tienen los niveles más altos de satisfacción en la relación comercial mantenida con su empresa. Así expandir las posibilidades de llevar a los clientes a la nueva consumo de sus productos y servicios, es ser capaz de satisfacer sus demandas de manera rápida y eficiente. Y ahí es donde, de nuevo, la buena gestión de inventario. La empresa que controlar y gestionar su inventario de manera eficaz y proactiva tiene una enorme ventaja competitiva sobre aquellos con las políticas y procedimientos de control de inventario más relajados y menos eficientes.

VENTAJAS DE LA GESTION DEL INVENTARIO

El uso adecuado de giro de negocios de capital.

• Evitar retrasos en el suministro de materiales y componentes.

• Responder a las necesidades de ventas sobre la medida de la demanda.
• evitar la obsolescencia y las desviaciones de productos y materiales.
• Adaptarse a las cuotas de suministro.
• Soltar los espacios productivos.
• Identificar los productos que no están funcionando.
• Conocer la influencia de las acciones de los resultados financieros.
• Estrategia adelante a capital de trabajo y servicio al cliente.

CONCLUSIÓN

Una buena gestión del transporte, con una integración adecuada de la información de diferentes subsistemas que componen la empresa, es un importante factor estratégico logístico en la búsqueda para obtener resultados óptimos. La optimización de motores de búsqueda en el transporte tiene como objetivo principal la satisfacción del cliente, una parte clave del proceso, con el objetivo de cualquier empresa a cumplir las necesidades del cliente, donde se encuentra, en el corto plazo, la mejor manera y con el menor coste posible. Y este máximo la esencia de transporte, es en este punto que pone de relieve la necesidad de mejorar las estrategias de reducción de los costes de gestión por unidad transportada, ya sea en busca de rutas alternativas o la mejora del conocimiento de todos sus elementos. Por lo tanto, es necesario tener en cuenta toda la macroestructura del transporte, cumpliendo con todos sus costes y el establecimiento de criterios de evaluación de desempeño rigurosos para obtener una herramienta fiable que ayudará en la toma de decisiones, permitiendo así la agregación valorar con el cliente, reduciendo el costo de operación de la empresa, la optimización de la gestión de la flota y mejores resultados. La gestión de almacenamiento tiene una influencia directa sobre el nivel de servicio al cliente, productividad de la organización, y afecta a la calidad de los bienes y servicios, los cuales son aspectos fundamentales de cualquier organización.

BIBLIOGRAFÍA

- BOWERSOX Donald J.,CLOSS,David J.; Cooper,M.Bixby –*Supply Chain Logistics Management* - Published by U.S.A.: McGraw Hill Higher Education (2001);
- BALLOU, Ronald H. Logística Empresarial: Transportes, Administración de materiales, distribución física. 2007;
- COUNCIL OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PROFESSIONALS, CSCMP. “Definición de Gestión Logística” (en inglés). Consultado el 4 de septiembre de 2008.
- Christopher. Logística Aspectos Estratégicos. Editorial Limusa. 2001
- D.M. Lambert, M. Cooper, J. D. Pagh, ‘Supply Chain Management: Implementation Issues and Research Opportunities, the International Journal of Logistics Management. Vol.9, nº 2, 1998
- KOTLER Philip. Dirección de marketing. Editorial PHH. MEXICO 2004

IPLACEX
TECNOLÓGICO NACIONAL

GESTION LOGISTICA DE DISTRIBUCIÓN

UNIDAD Nº II

Logística de Abastecimiento y Distribución.



Introducción

Desde hace algún tiempo a nivel empresarial, el concepto de desarrollo de personal basado en competencias ha resultado necesario a partir de la formación hasta el desarrollo del liderazgo en gerentes y ejecutivos, para competir en un mundo tecnificado que es rápidamente cambiante. Se comprende entonces la necesidad de las organizaciones por identificar y desarrollar una base de competencias, lo cual pasa a convertirse en un canal continuo de comunicación entre la empresa y los trabajadores. En la búsqueda de personal idóneo y comprometido, los procesos de selección de personal juegan un papel importante en las organizaciones, ya que son el primer filtro, puesto que deben determinar cuáles son las competencias que la empresa necesita para alinear gente con estrategias, cuál es la mejor forma de desarrollarlas y cómo se evalúan, son planteamientos que deben realizar y responder los líderes encargados de las empresas, quienes definen mecanismos para medirlas proyectando su potencial y correcto desarrollo. En segunda instancia en la administración de gestión de personal son vitales aspectos como el crecimiento profesional y la capacitación laboral que conlleve a la obtención de personal competente, lo cual será medido con técnicas de evaluación de competencias. Las empresas requieren que el personal designado para realizar trabajos donde se vea afectada la calidad de sus productos o los servicios que brinda, tenga las competencias adecuadas, previamente adquiridas mediante un proceso formal de educación, o bien mediante la formación directamente en la empresa, la experiencia es una variable que indica que se cuenta con dichos requisitos. En tercera instancia, se contempla la evaluación del desempeño del personal a través de las competencias y/o responsabilidades del cargo por que haya sido contratado y del rendimiento a través de los objetivos, sin embargo la evaluación del rendimiento puede ir en relación a objetivos individuales, del grupo y de la empresa. El recurso humano hace parte esencial para la transformación de un producto y/o servicio con calidad que logre satisfacer las expectativas de la diversidad de clientes que administren las empresas, es por ello que se elevan los requisitos con los cuales debe contar el resultado final entregado que tiene un efecto encadenado entre clientes, proveedores y consumidores.

En la búsqueda de mejora continua de las organizaciones se establecen procedimientos de índole interno con los cuales se debe genera valor agregado a sus productos y/o servicios, por lo tanto es imprescindible la aplicación de auditorías de personal y auditorías internas de calidad que brinda opciones de aseguramiento de la calidad por medio de etapas de medición, análisis, mejora y otros aspectos

Ideas Fuerza

- Distribución Física
- Tipos de Mercado,
- Objetivo de Distribución Física
- La Cadena de Valor (Porter)

Desarrollo

Distribución física: conceptualización y creación de valor para los clientes

Para Bowersox y Closs (2001), la distribución física es para el movimiento de productos terminados para su entrega a clientes, relativas tanto a la zona de comercialización que tiene
En vista del cliente es su destino final. Ya Ballou (2006) divide la logística de negocios entre los canales de suministros físicos inmediatos y la distribución física, en referencia a este último como la brecha de tiempo y espacio entre los puntos de procesamiento la empresa y sus clientes. Para Ballou (2006), la distribución física es uno de los compuestos de la empresa de logística, que realiza la gestión integrada de las actividades de movimiento, transporte y el almacenamiento. La distribución física, prolonga las etapas de la logística de suministro y la logística interna es la última etapa del proceso que implica la logística de sistema de distribución, el transporte y el stock Novaes (2007) sin embargo, se entiende este punto de vista, como el argumento de que un sistema de distribución física incluye actividades tales como instalaciones (centros de distribución, almacenes), inventario de productos físicos, vehículos, diversos costes de información, hardware y software y el personal. El Consejo de Supply Chain Management Professionals, por su parte, define las actividades del transporte de distribución física, el mantenimiento de inventarios, aplicaciones de procesamiento, los productos de programación, el embalaje , almacenamiento, materiales de control preventivas y la información de mantenimiento. Los recursos para la generación de productos y servicios siempre se concentran en ciertos lugares dentro de un área de mercado. La dificultad de los resultados de la zona logística parte del hecho que los clientes y usuarios se encuentran dispersos dentro de este mercado y la necesidad de tener acceso a los mismos bienes y servicios.

Ejemplos de recursos:

• Recursos de Comunicación.
• Facilidades de acceso por carretera, aire, agua y otros.
• La interconexión del sistema de procesamiento de datos.
• Los servicios de seguridad.
• Presencia de la gestión y el control de la operación general.
• Las zonas de almacenamiento.
• Instalaciones para el control de recepción de los bienes.
• Los sistemas de facturación.
• Organización para la separación de manera segura aplicaciones.
• Servicios de envío
• Los servicios de transporte por carretera y urbanos.

La distribución física se ocupa principalmente de productos acabados o semiacabados, es decir, productos que la empresa ofrece para vender pero no tiene intenciones de realizar un procesamiento adicional. La distribución física define cómo deben ser los canales de comercialización. Por ejemplo, si el producto se vende al por mayor, las ventas se pueden hacer en grandes lotes, desde la fábrica o de almacenes ubicados estratégicamente que poseen depósitos de terceros; o se venden al por menor, que el lote mínimo, con qué frecuencia, etc. Desde el momento en que la producción se completa con el momento en que el comprador toma posesión de ella, los productos son responsabilidad de la logística, que deben mantenerlos en el almacén de la fábrica y los transportan a los almacenes o directamente al cliente. La logística profesional debe preocuparse de asegurar la disponibilidad de los productos requeridos por los clientes que quieran y si esto se puede hacer a un costo razonable.

Tipos de mercados

En general, existen dos tipos de mercados para los que se debe planear.

Los usuarios finales: Ellos son los que utilizan el producto tanto a satisfacer sus necesidades y aquellos que crean nuevos productos, como es el caso de los consumidores industriales.

Los usuarios intermediarios: Son aquellos que no consumen el producto, pero ofrecen para la reventa, por lo general a otros consumidores intermedios o finales. (Distribuidores, mayoristas, minoristas). Los intermediarios son empresas independientes que apoyan la distribución de un determinado proceso de fabricación.

La característica entre ellos es el perfil de volumen y de compras. Los mayoristas son empresas cuyo objetivo en los canales de distribución es la reventa de los productos adquiridos industrias. Los clientes (minoristas) son por lo general las pequeñas empresas que no tienen volumen de la demanda que negocian directamente con la industria. La característica principal de venta es la diversidad de productos ofrecidos al consumidor, para la competencia de fabricación en el mercado minorista habría que crear en sus productos la mezcla de sus competidores, lo que aumenta la complejidad de la operación. Los consumidores finales, a menudo compran bienes en pequeñas cantidades y en frecuencias más altas, mientras que los productos intermedios se adquieren en grandes volúmenes. La reducción de los márgenes de beneficio ha obligado a las empresas a revisar todos procesos involucrados en el negocio de Logística, que aparecen en la cadena de la integración logística, que se puede separar en tres segmentos principales:

*Compra o Adquisición de Materiales (Logística de entrada) – conjunto operaciones asociadas con el proceso de negociación de la compra de materias primas, a su recepción en la fábrica.

*Producción de apoyo y gestión de materiales - conjunto de operaciones asociado con el flujo de materiales y la información a partir de la materia prima hasta la entrada del producto terminado en stock.

*La distribución física - conjunto de las operaciones relativas a la circulación de bienes, desde el lugar de producción hasta el destino final, y la información miembros, asegurando que las mercancías lleguen en buenas condiciones comercial, oportuna ya precios competitivos.



***Figura 01. Cadena Logística Integrada – BOWERSONX y* CLOSS (2001: 99)**

Figura 1 se observa que las operaciones de la empresa, aisladamente, destacan la importancia de la integración entre las mismas, promoviendo agilidad y flexibilidad orientada al cliente y basada en procesos.

Las principales actividades que conforman el proceso:

Compras

*Acompañamiento de los pedidos a los proveedores;

*Rastreamiento de los pedidos y su recibimiento, involucrando desde el rastreamiento de la carga hasta la conferencia física, cuantitativa e documental;

*Gestión de los agentes de transporte primarios; y

*Almacenamiento y movimiento interno;

Soporto a Producción

*El apoyo que le sean asignadas por la producción para atendimiento o preparación de producción o abastecimiento adecuado de suministros.

* Embalaje del producto acabado o semiacabado; y

* La optimización puede ser un palet para el almacenamiento y la transferencia para un fácil manejo.

La distribución física

* La preparación para el transporte que implica: la identificación del producto (Marcado, código de barras, etc.), el montaje de conjuntos de productos terminados (kits comerciales) y la verificación física, cuantitativa y documental;

* Enrutamiento de carga, incluyendo decidir si hay transferencia a través de Centro Distribución o entrega directa;

* Rastreamiento de vehículos;

* Documentación de control - la emisión de órdenes de envío, conocimiento de embarque, el movimiento entre almacenes y la impresión facturas; y *Los servicios de atención a los consumidores, distribuidores y comerciales productos.

Las actividades de información de gestión, rendición de cuentas, estudios de viabilidad y rendimiento de las medidas son comunes a estos diferentes procesos, y dependiendo de cómo se ejecuta la eficiencia del negocio logístico determina. Las medidas de rendimiento merecen una atención especial, ya que son lo que permiten a las empresas evaluar los resultados de sus operaciones. En general, las medidas de rendimiento de la logística incluyen, entre otros parámetros: los costos de transporte y almacenamiento; plazos de entrega; tiempo movimientos y las solicitudes de servicio; tasa de ocupación de los vehículos; niveles de valores; Ida y vuelta número, averías y reentregas; número de solicitudes atendidas; la obsolescencia y la frecuencia de la escasez de bienes. Un gran desafío importante que enfrentan actualmente las empresas es encontrar condiciones efectivas para la ubicación, almacenamiento y envío de sus productos para cumplir con los requisitos de servicio al cliente. Una tarea importante es el diseño de las condiciones físicas de distribución que reduzcan al mínimo el costo de proporcionar el nivel óptimo de servicio prestado. A través de los años, el término "marketing" ha presentado dos procesos diferentes pero relacionados entre sí: la primera trata de la demanda y estimulo de los compradores; la segunda, distribución física de bienes. Con el aumento de la competencia por los mercados, los ejecutivos de marketing han dedicado la mayor parte de su trabajo a la demanda y la función de estímulo. Su atención se ha dirigido hacia el desarrollo de productos compuestos, precios, publicidad y canales de distribución para mantener la alta demanda y un ritmo creciente. Más recientemente, varios eventos atrajeron la atención y el interés de la administración por el problema de logística, y los llevó a pensar que no estaban pasando hasta oportunidades, no sólo para reducir costes, sino también para mejorar la estimulación de la demanda.

Uno de los factores que llamaron la atención fue el aumento constante en el gasto en servicios de distribución física como fletes, almacenamiento e inventario. Costes de almacenamiento y de transporte de mercancías crecen como consecuencia del aumento de la mano de obra, costos de mano de obra y equipo. Hay una visión amplia y una visión limitada del alcance de la distribución física. En la vista amplia, la distribución física comienza con la ubicación de las entradas de material y mano de obra requeridos en el proceso de producción y se extiende a la ubicación de los mercados de usuarios finales. Es la misma extensión que la tarea básica de comercialización, que es hacer la conexión entre los distintos servicios que se encuentran en la naturaleza y las diferentes necesidades encontradas en el hombre. Esta perspectiva es especialmente relevante para la compañía planea introducir un nuevo producto en el mercado. Todavía no tiene ninguna inversión en proveedores, fábricas, almacenes, mercados intermedios o finales, está en condiciones de considerar como variables en el diseño de su sistema de distribución física. Los mercados finales son generalmente los mejores puntos de partida para la planificación del nuevo sistema. La empresa elige a sus mercados de destino final y entonces realiza una obra inversa para lograr un conjunto apropiado de intermediarios, almacenes y ubicación de las fábricas. Visión estrictamente la distribución física supone que la empresa ya está consolidada en el mercado y tienen compromisos a un conjunto de fábricas, proveedores intermedios y los mercados finales. El problema ahora es encontrar condiciones efectivas para la ubicación, el almacenamiento y transporte de sus mercancías para llenar los requisitos del servicio de mercado. Esta es la opinión de que vamos a cubrir en este capítulo. Once diferentes engranajes componen el sistema de distribución física. Todo el sistema se centra en la gestión del inventario de engranajes. La acción es la relación entre pedidos de los clientes y de la actividad industrial de la empresa. Pedidos de los clientes reducen el nivel de inventario y de la actividad industrial completa. La actividad industrial requiere una afluencia de materias primas en la empresa y esto implica operaciones de carga y recepción de mercancías. a continuación, los productos acabados de la línea de ensamblaje, con la participación de envasado, el almacenamiento en la fábrica, las actividades de transporte, el transporte, el almacenamiento externo, la entrega y el servicio al cliente.

EL OBJETIVO DE LA DISTRIBUCIÓN FISICA

Muchas empresas declaran que su objetivo es la distribución física para obtener los productos adecuados a los lugares correctos en el momento adecuado y al menor coste. Por desgracia, esto proporciona poca orientación real. Ningún sistema de distribución física puede maximizar al mismo tiempo el servicio al cliente y reducir al mínimo el costo de distribución. La maximización de servicio, aplica las políticas como las grandes poblaciones, el transporte, con costes adicionales y muchos almacenes, todo aumento de los costes de distribución. Reducir al mínimo los costos de distribución implica políticas como el transporte lento y barato, las bajas existencias y algunos almacenes. La eficiencia del sistema viene dada por la relación entre la salida del sistema (*output*) con la entrada (*input*).

Nivel de servicio (salida - *output*)

Uno de los resultados principales del sistema de distribución física es el nivel de servicio al cliente. El servicio al cliente es una de las sumas de los beneficios que una empresa puede ofrecer a los clientes potenciales con el fin de atraer a su negocio. Desde el punto de vista del cliente, el servicio prestado por la empresa adopta varias formas:

1.) La velocidad de completar y enviar el orden normal,

2.) La buena voluntad del proveedor para satisfacer las necesidades urgentes de los bienes de los clientes.

3.) El cuidado de la entrega de las mercancías en buenas condiciones.

4.) El proveedor está dispuesto a retirar la mercancía defectuosos y reemplazarlos rápidamente.

5.) La disponibilidad de instalaciones y reparaciones y piezas de repuesto de los servicios del proveedor.

6.) El número de abordaje alternativo y transportistas.

7.) La buena voluntad del proveedor para sostener la acción para el cliente.

8.) Los cargos por servicios, es decir, si los servicios son gratuitos o no.

Desde el punto de vista del proveedor, que establece determinados objetivos de nivel de servicio. Por ejemplo, hace unas décadas Pilisbury define sus objetivos de servicio como la entrega en la tercera mañana a través de la vía férrea en cualquier lugar en los Estados Unidos.

Algunas empresas definen el nivel de servicio como el porcentaje de clientes que deben recibir su pedido en X días. Otros piensan en términos de un sistema que mantiene el porcentaje de cartera a un cierto nivel**. ¿Cómo una empresa determina el nivel deseado de servicio al cliente?**

En muchos casos se utiliza el estándar establecido por los competidores. Ofrece un menor nivel de servicio que el peligro predominante de perder clientes a menos que haya un elemento compensatorio en su mezcla de marketing. Ofrece un mayor nivel de servicio que el dominante, los competidores pueden aumentar sus niveles de servicio como una defensa de sus mercados y todas las empresas serán mayores costos. Cualquier ventaja será temporal, sobre todo si se trata de una ventaja efectiva. La decisión de la compañía en el nivel de servicio debe residir, por último, un análisis de la reacción de los clientes y es probable que compitan los niveles de servicio alternativos. A veces, un pequeño aumento en el servicio al cliente puede producir un buen aumento de los clientes de un 15%, mientras que un gran aumento puede producir una ganancia ligeramente más alta, digamos 20%. El valor que los clientes dan el servicio es sin duda una de las cosas más difíciles de evaluar en la comercialización. Sin embargo, a veces puede ser medida con un poco de habilidad. Un investigador es capaz de estimar el porcentaje de mercancías de retorno en una casa de venta por correo que varía en función del retraso en el envío. Incluso cuando las estimaciones eran toscas, el poder sería utilizar un análisis de sensibilidad con el fin de descubrir la gran diferencia que habría en cualquier estimación sobre la elección entre las alternativas de distribución física.

El costo de servicio de entrada (Input)

Una compañía apoya ciertos costos, incluyendo flete, almacenamiento y almacenamiento son clave en el mantenimiento de su actual nivel de servicio al cliente. Muchas veces el total de la factura no se sabe porque las empresas no suelen tener una gestión centralizada y la contabilidad de sus actividades de distribución física. Estos costes, sin embargo, se deben medir como un requisito previo para la planificación y control de la distribución. El sistema actual se considera eficaz si no hay reorganización de insumos logísticos puede reducir los costos y mantener el actual nivel de servicio.

Muchas empresas piensan que sus sistemas de distribución física son eficientes, ya que cada centro de toma, almacenamiento, y transporte parecen hacer un buen trabajo en mantener bajos sus propios costos. Sin embargo, esta es un área en la que la suma de los costes de distribución no está necesariamente minimizada por un conjunto no coordinada de esfuerzos separados para reducir al mínimo los costos. Un sistema de distribución física consiste en un conjunto de decisiones sobre el número, la ubicación y el tamaño de los almacenes; las políticas de transporte de mercancías; y políticas de inventario. Cada posible sistema de distribución física implica un costo total de distribución, según lo dado por la expresión:

D = T + FW + VW

Dónde:

D = costo total del sistema de distribución propuesto

T = Costo total de la carga del sistema propuesto

FW = sistema de costes totales de almacén fijo propuso

VW = costes variables totales de almacenamiento (incluyendo el inventario) del sistema propuesto. La elección del sistema de distribución física requiere el examen de los costes totales de distribución asociados a los diversos sistemas propuestos y selección del sistema para minimizar el coste total de la distribución.

Los niveles de gestión de la distribución física

La distribución física se lleva a cabo en varios niveles dentro de una institución. Esto es debido a la posición jerárquica que interfiere en el proceso. La decisión de la alta dirección de una empresa se llama decisión estratégica y debe ser seguida por otros niveles jerárquicos. La decisión se torna táctica e impuesta por los mandos medios y preocupaciones operacionales y el control al ser responsable de hacer los proyectos terminados y ejecutados. Para una mejor comprensión, se deben seguir los niveles de la gestión de la distribución física.

• Estratégica;

• Táctico;

• Operacional.

Nivel estratégico

En este nivel, la alta dirección de la compañía decide la forma en que debe tener la configuración del sistema de distribución. Ellos pueden estar relacionados con las siguientes preocupaciones:

• La ubicación de los almacenes;

• Selección de los modos de transporte;

• El sistema de procesamiento de pedidos, etc.

**Nivel táctico*

Es el nivel en el que participará el manejo promedio de la compañía en el uso de sus recursos de la mejor manera posible y más. Sus preocupaciones son:

• Las solicitudes de equipos de transmisión de la ociosidad es el mínimo;

• Ocupación optimizada tiendas de la zona;

• Optimización de los medios de transporte, siempre sobre los posibles niveles máximos de carga, etc.

**Nivel operativo*

Es el nivel donde la supervisión asegura la ejecución de las tareas diarias para garantizar que los productos se mueven a través del canal de distribución para el último cliente. Pueden citarse:

• Camiones de carga;

• Productos de embalaje;

• Mantenga un registro de los niveles de inventario, etc.

Concepto de compensación de los costes

Es el concepto que reconoce que los modelos de los costes de las distintas actividades de las características de la empresa de exhibición con los conflictos económicos entre sí. Este modelo tiene en cuenta las actividades primarias (teclas) para la distribución física, que son: transporte, inventarios de mantenimiento y de procesamiento de pedidos. Mediante la observación de la siguiente figura, podemos ver que a medida que el número de depósitos aumenta, disminuye el costo de transporte. Por el contrario, el coste de inventario y el procesamiento de pedidos tienen la dirección opuesta, es decir, revertir los costes de transporte.

Los costos de inventario aumentan con el número de almacenes, ya que se necesitan más acciones para mantener el nivel de disponibilidad y costos de procesamiento de pedidos también aumentan debido a que los almacenes son los procesadores de aplicaciones. En cuanto a la disminución de los costes de transporte, debido a los grandes envíos se pueden hacer a las tiendas con la carga más baja y, a partir de ahí, las entregas de menor volumen correr distancias más cortas.

Concepto de coste total

Este concepto reconoce que se deben estudiar colectivamente los costos de las actividades (y no individualmente), para cumplir con la optimización de los costes y calcular el coste total.

La cadena de valor

El concepto de cadena de valor se comienza a popularizar hacia 1985 a partir de la publicación del libro The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, del profesor Michael Porter, quien se basó en la idea de los sistemas empresariales, desarrollada por la firma McKinsey & Co. a comienzos de la misma década. La propuesta de McKinsey consideraba a la empresa como una serie de funciones, marketing, recursos humanos, producción, etc., que se debían analizar en relación a las mismas funciones de las firmas competidoras, si lo que se quería era entender su estrategia y conocer su posición en el mercado. Porter fue más allá de ese concepto de amplios niveles funcionales descomponiéndolos en sus actividades individuales, agregando además que las fuentes de ventaja competitiva, liderazgo en bajo costo y diferenciación, propuestas en Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors (1980), dependían de dichas actividades individuales. Así, mediante esta desagregación, la cadena de valor proveía a la firma con las capacidades de entender sus costos y de identificar sus fuentes de diferenciación existente o potencial.

La cadena de valor de Porter se utiliza para un enfoque más eficiente y completa, exógeno a la empresa. Consiste en un conjunto de valor de la actividad creativa de las fuentes de materias primas básicas, a través de los proveedores de componentes y que van al producto final

entregado en manos del consumidor. El propósito de este modelo es el de identificar los flujos de proceso clave dentro de una organización. El modelo es esencialmente un diagrama de flujo de procesos específicos de alto nivel, relacionados entre sí para mostrar flujos de procesos, que pueden ser divididos en sub-procesos y sus actividades de apoyo. La cadena de valor parte del concepto de que la empresa debe crear valor en los productos y servicios que ofrece a sus clientes, así que cabe preguntarse de qué se trata o a qué se refiere ese valor. Un concepto fundamental de la teoría de Porter es el de margen. El margen es el valor que los productos y servicios de la compañía tienen desde el punto de vista de los clientes, menos los costos. La cadena de valor es la herramienta empresarial básica para analizar las fuentes de ventaja competitiva, es un medio sistemático que permite examinar todas las actividades que se realizan y sus interacciones. Permite dividir la compañía en sus actividades estratégicamente relevantes a fin de entender el comportamiento de los costos, así como las fuentes actuales y potenciales de diferenciación. (Porter, p.51). La cadena de valor es una herramienta de análisis estratégico que ayuda a determinar los fundamentos de la ventaja competitiva de una empresa, por medio de la desagregación ordenada del conjunto de las actividades de la empresa. (Garralda, p.1). La cadena de valor proporciona un modelo de aplicación general que permite representar, de manera sistemática, las actividades de cualquier organización, ya sea aislada o que forme parte de una corporación. Se basa en los conceptos de costo, valor y margen. La cadena de valor está conformada por una serie de etapas de agregación de valía, de aplicación general en los procesos productivos. La cadena de valor proporciona un esquema coherente para diagnosticar la posición de la empresa respecto de sus competidores yun procedimiento para definir las acciones tendientes a desarrollar una ventaja competitiva sostenible. (Quintero y Sánchez, p.381). El concepto de la cadena de valor consiste en la fragmentación de las actividades de la empresa en un con-junto de tareas diferenciadas, denominadas actividades de agregación de valor. Estas actividades pueden dividirse en dos grandes grupos: actividades primarias y actividades de apoyo. Las actividades primarias son aquellas que implican la creación física del producto o servicio y su posterior venta o traspaso al comprador.

Las actividades de apoyo sustentan las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología y recursos humanos. Cada una de las actividades principales está comprendida por categorías genéricas. Porter divide las bases del

funcionamiento de la organización en dos tipos de actividades: primarias y de apoyo. Las actividades primarias son logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas y servicio. Estas actividades son primarias porque agregan valor en forma directa, por ejemplo, en razón de un producto de mejor calidad, de costos de producción más bajos, o incluso de servicios posteriores a las ventas, induciendo a los compradores a pagar un precio superior. Las actividades de apoyo incluyen abastecimiento, desarrollo tecnológico, administración de recursos humanos e infraestructura de la empresa. A diferencia de las actividades primarias, las actividades de apoyo no agregan valor en forma directa, sino que refuerzan la capacidad de las actividades primarias para agregar valor. (Mintzberg, Quinn y Boyer, p.91). Las compañías crean valor al realizar actividades, a las cuales Porter llama actividades con valor. Las actividades con valor se dividen en dos categorías principales: primarias y de apoyo. Las actividades con valor primarias son aquellas asociadas con la producción y el ofrecimiento a sus clientes de un mayor valor que sus competidores. Se produce valor entregando bienes y servicios a los clientes y proporcionando apoyo después de la venta. Las actividades de manufactura y ventas son buenos ejemplos. Las actividades con valor de apoyo proporcionan las entradas y la infraestructura que permiten realizar las actividades primarias. El departamento de relaciones con accionistas de la compañía, el grupo de investigación de mercados y el departamento de contabilidad son ejemplos de unidades organizacionales que realizan tales actividades de apoyo.

CONCLUSIÓN

El gran comercio al por menor se refiere a la capacidad de ofrecer un servicio especializado, poniendo a disposición de los clientes o usuarios en un espacio determinado y de una manera organizada, múltiples bienes o mercancías con la mayor diversificación posible, utilizando la logística interna y técnicas de comunicación estudiados en el propio marco de orientación estratégica. Sin embargo, las empresas de logística distinguidos con el que se relaciona para optimizar la logística interna. Los grandes minoristas y supermercados en general están confundidos porque ambos tienen que ver con la amplia gama de productos y precios competitivos. Responde a las grandes masas de clientes, a través de servicios altamente especializados realizados por profesionales competentes.

La logística interna se identifica con el proceso de gestión estratégica de la adquisición, el movimiento y almacenamiento de mercancías, productos terminados o similares y sus flujos de información a través de la organización para responder a las peticiones de los clientes al menor costo. Una logística interna menos adecuada incurre en costos adicionales y una menor calidad de los servicios prestados a los clientes. Se asocia con las técnicas de gestión de inventario de gestión de uso de la tierra y la optimización de los recursos operativos a la vista de la adaptación a la filosofía de "justo a tiempo".

BIBLIOGRAFÍA

- BOWERSOX Donald J.,CLOSS,David J.; Cooper,M.Bixby –*Supply Chain Logistics Management* - Published by U.S.A.: McGraw Hill Higher Education (2001);
- BALLOU, Ronald H. Logística Empresarial: Transportes, Administración de materiales, distribución física. 2007;
- COUNCIL OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PROFESSIONALS, CSCMP. “Definición de Gestión Logística” (en inglés). Consultado el 4 de septiembre de 2008.
- Cool, K., Costa, L. A., & Dierickx, I. (2002). Constructing competitive advantage. In A. Pettigrew, T., H. Thomas, & R. Whittington (Eds.), Handbook of strategy and managementBarney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120. KOTLER Philip. Dirección de marketing. Editorial PHH. MEXICO 2004
- PORTER, Michael E. Ventaja Competitiva,1990.
- BOWERSOX, Donald J. CLOSS, David J.Logistical Management- The integrated Supply Chain Process, McGraw-Hill, 1996.
- Kotler, P.; Ayes, T. & Bloom, P. N. (2002) "Marketing de serviços profissionais: estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros. Manole, São Paulo
- Garralda Ruiz de Velasco, Joaquín. La cadena de valor. IE business publishing, 1999.
- Mintzberg, Henry, Quinn, James B. y Voyer, John. El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos. Pearson Educación, 1997.
- Porter, Michel E. Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Compañía Editorial Continental, 1991.

IPLACEX
TECNOLÓGICO NACIONAL

IPLACEX
TECNOLÓGICO NACIONAL

GESTION LOGISTICA DE DISTRIBUCIÓN

UNIDAD Nº III

Modelos Logísticos



Introducción

Con el avance de la tecnología de acceso a los productos y el aumento de los bienes, De este modo, también aumentó la necesidad de más medios de transporte para satisfacer dicha demanda, ya que el transporte es la principal realidad actual del componente de la globalización. Hoy en día los beneficios de tener una buena logística de transporte es fundamental, pues el escenario es más competitivo, ya que hay costos involucrados en el proceso y la mejor la gestión de estos costos hace que la empresa está por delante de los demás, ser competitivos y tener beneficios ayudan a la empresa y cliente para el crecimiento y la satisfacción de ambos. La logística del transporte de búsqueda es satisfacer las necesidades de los mercados los consumidores sobre la calidad de los productos, como en los tiempos de entrega , lugar correcto, en el tiempo comprometido, en el momento adecuado, tener plena eficacia de la logística transporte y tener compromiso total en sus procesos, como gestionar con responsabilidad. Con el crecimiento de la economía, la mayoría de las empresas tienen que estar preparadas para tener la infraestructura logística completa y así lograr cumplir con el mercado del transporte. Esto será posible si la empresa tiene buena gestión de los costes y una gran planificación e inversión para su crecimiento en el mercado competitivo. La logística está presente en todo proceso de desarrollo,

En la planificación de un proceso, se debe gestionar, maximizar los beneficios, reducir los costes y crear un desarrollo efectivo. La logística está totalmente integrada en administración que permite la realización de un trabajo eficiente con plena seguridad. La logística es una herramienta que ayuda a reducir los costos operativos y maximizar los beneficios de organización de la empresa, por lo cual la Logística gestiona sus procesos de manera que toda la cadena de suministro pueda fluir positivamente. Los costos de transporte tienen una influencia considerable en el costo de la logística de un negocio. En un entorno altamente competitivo y la presión de la globalización, donde las empresas necesitan una mayor eficiencia y productividad, el cálculo de los costos en las organizaciones juega un papel importante.

Ideas Fuerza

- Concepto de Inventario
- Tipos de Inventario
- Costos Logísticos
- Concepto de logística integrada
- Gerencia de costos logísticos – Un desafío de las Gestión de logística.

Desarrollo

La competitividad se ha exigido a las empresas en la búsqueda continua para mejorar la calidad en todos los procesos y actividades que realizan. Algunos de los aspectos es que un fuerte impacto en el logro de estos objetivos son los que se relacionan con el análisis de costes y su influencia en las decisiones que afectan a la formación del precio de venta. Para que el coste del sistema para producir información sea útil para la empresa, es importante analizar cuál es el sector empresarial que contempla la compañía. En términos de costos, hay una gran cantidad de bibliografía dirigida a la zona industrial, y raro son los estudios relacionados con el sector de los servicios de transporte. Este sector es de gran importancia para la economía de un país. Sin este sistema los productos no llegan hasta los consumidores y las industrias no tienen acceso a las materias primas y tampoco serían capaces de drenar su producción. El transporte es un servicio que permite a todos los otros sectores de la economía que afecta directamente a la seguridad, calidad de vida y el desarrollo económico del país. El transporte es una de las actividades más importantes de la logística, abarca el desplazamiento externo del proveedor para la empresa y para la empresa cliente. Con respecto a las actividades realizadas por el negocio de la logística En cuanto a la elección de los proveedores de materias primas, es una clasificación de las mismas actividades que primaria y secundaria de acuerdo con la importancia y la frecuencia con la que se utilizan. Las actividades primarias se pueden clasificar como esencial para el cumplimiento de la función logística de las organizaciones, y también son responsables de gran parte del coste total de dichos procedimientos. Entre estas actividades se pueden destacar el ámbito del transporte y la gestión de inventarios, y el transporte está directamente relacionada con los vehículos utilizados para la realización de productos a los consumidores, ya sea por carretera, ferrocarril, líneas aéreas y / o en el mar. Su gestión tiene gran importancia debido al peso de su costo en relación con otras actividades de la logística del negocio.

En relación con la gestión de inventarios, que también aparece como la actividad logística primaria, hemos identificado las preguntas relacionadas con el uso de materiales de almacenamiento para satisfacer las exigencias más inesperados de los consumidores, de manera que equilibrar la oferta y la demanda, determinando Si el tiempo necesario para que tanto sea eficaz.

CONCEPTO DE INVENTARIO

El stock se utiliza para el almacenamiento de materias primas, componentes, herramientas o producto terminado. Esto puede influir en la reducción de costes producción, compra y el transporte. Pero, por otra parte, puede ser una salvaguardia contra el inesperado. De acuerdo con Ballou (2001), las razones para mantener una acción son:

- Reducir los costes de transporte: material de almacenamiento puede ser ventajoso cuando se encuentra en áreas estratégicas para reducir el material de transporte.
- Coordinar oferta y la demanda: los productos que tienen demanda , este material es producido durante todo el año, acumulando stock, con el fin de minimizar los costos de producción y tiene stock para satisfacer el mercado a cualquier momento.
- Protección contra fluctuaciones de la demanda: la garantía de disponibilidad de mercaderías delante de la incertidumbre del mercado y tiempo de la entrega, debe mantener un stock adicional (stock de seguridad);
- Auxiliar en el proceso de producción: algunos productos requieren ser almacenado para llegar a su punto de madurez (por ejemplo. el queso, el vino), el almacenamiento es esencial para el envejecimiento del producto.
- Ayudar en el proceso de marketing: medios de almacenamiento del producto cerca del cliente que posibilita se entregue al cliente a un valor añadido a corto plazo para el producto, posibilitando el aumento de ventas.
- Las economías de escala: los costes de adquisición son inversamente proporcionales a volumen de compra. Cuanto mayor sea la cantidad más pequeña será gastos de envío (equivalentes a la carga del vehículo), y las materias primas de precios causada por los descuentos.

- Protección contra los aumentos de precios: las compras en grandes volumen disminuyen el efecto del aumento de los precios cobrados por los proveedores, por ejemplo en tiempo de subida inflacionaria.

Administrar correcta y coherentemente los stock, permite que la empresa sea más competitiva: el capital invertido en la compra de material queda inactivo, lejos de inversiones en otros usos potenciales.

La rotación de inventario es el factor principal para liberar activos y reducir el costo mantenimiento de inventario. Los inventarios están diseñados para funcionar como reguladores del flujo de negocios. A medida que la velocidad a la que se recibe la mercancía por el tiempo o entradas – es diferente de la velocidad con la que se utilizan – unidades consumida por unidad de tiempo o salidas, hay una necesidad de un estoque, que funciona como un amortiguador.

Optimizar la inversión en inventario, aumentar el uso eficiente de los recursos internos de la empresa y minimizando las necesidades de inversión de capital es crítico para que una empresa de lograr una ventaja competitiva en el mercado.

Tipos de inventario

Las existencias se dividen en varios grupos de acuerdo con su finalidad, más importantes son:

*stock de seguridad: cantidad de materia prima y producto almacenado para asegurar la producción y suministro de productos a los clientes en caso de eventos inesperados.

*stock de anticipación: los productos adquiridos para satisfacer las demandas futuro debido a situaciones puntuales de precio o debido a la estacionalidad el suministro de la materia prima.

*stock en tránsito: este es el momento en que los bienes comprados a clientes potenciales dejan que el productor y el comprador consigan. Este tiempo debe ser bien programada por la elección adecuada del tipo de transporte (modal) de manera que los artículos importados son utilizados lo más rápido posible y reducir al mínimo los costes de almacenamiento.

* stock cíclico: cantidad de bienes comprados, utilizados en un período de tiempo de manera que no hay escasez del producto, hasta la llegada de nuevo envío de la misma.

Los costos logísticos

La contabilidad de costes llama como el recurso que da hacia arriba o se consume para lograr un objetivo específico. El costo de la logística es el consumo de recursos por parte actividades de logística para cumplir con los niveles de servicio deseados. Para las organizaciones que tienen altos costos de logística, el desarrollo de una estrategia de logística se convierte en factor relevante para minimizar el costo.

Los costos de logística total

Ballou (2001) define costo total como las diversas actividades de una empresa que tiene características contradictorias entre sí. Debe gestionar colectivamente estas actividades, la optimización de los procesos logísticos. La administración del conjunto las actividades de transporte, inventario y para la minimización proporciona un mayor costo cuando se compara con la administración de estas actividades por separado. Según el autor estos costos tienen comportamientos conflictivos, porque cuanto mayores sean las cantidades almacenadas, mayor será el costo de mantenimiento. Se necesitan cantidades más bajas con el fin, de que las porciones más grandes, puedan mantener los niveles de inventario. El objetivo es encontrar un plan de suministro y minimizar el costo total. Los costos de logística son una gran parte de los costes finales del producto para el consumidor, siendo identificado en actividades tales como inventario, el embalaje, flujo de información, la manipulación, la planificación operativa legal, almacenamiento y servicio al cliente, a los suministros, el transporte y la planificación estratégica. Representan alrededor del 19% de la facturación media de las empresas. Por lo tanto, la identificación, medición y análisis son muy importantes y pueden significar la diferencia para la supervivencia de la empresa.

Los principales costes logísticos

<u>Los costos de almacenamiento</u>

La preocupación por el costo de almacenamiento es reciente, Estos costes incluyen, además de la cantidad que se gasta en almacenamiento de productos terminados y materias primas ~ otros gastos, como los gastos de capital (intereses, depreciación), los gastos de personal (sueldos,

cargas sociales), el costo edificio (alquiler, impuestos, electricidad), los costes de mantenimiento (deterioro, obsolescencia,
etc.).

Los costos de manejo y manipulación de materiales.

Este costo se refiere a toda manipulación interna del material, desde la búsqueda de materiales en el almacén, manipular de un área para otra la empresa, material de repuesto en las líneas de producción, entre otros. Estos costes son calculados principalmente a través de los salarios de los implicados en estos las unidades y la amortización del coste del material para la unidad.

Los costos de inventario (stock)

Los costos de inventario, además de los costes de transporte son los costos de la mayoría de la logística importantes para una empresa. Los costos de inventario resultan mantener una cierta cantidad de materia prima para almacenarla y cumplir con variaciones de la demanda, dado que no hay armonía entre la oferta y la demanda. Las acciones, sin embargo, son costosas e implican riesgos, pero son unas formas para reducir la inseguridad en entornos altamente cambiantes y garantizar la pronta atención al cliente.

Los costos de transporte

Los costes de transporte son los relacionados con el movimiento de materias primas y productos terminados. Este coste se ve influenciado en gran medida por la ubicación de planta de producción antes de que sus proveedores y mercado de consumo.

CONCEPTO DE LOGISTICA INTEGRADA

Copacino afirma que el concepto de costo total, clave de Logística Integrada, se basa en la interrelación de los gastos de suministro, producción y distribución. El análisis del costo total consiste en la optimización de los costos totales de los sistemas de transporte, almacenamiento, inventario, procesamiento de pedidos y la información y los costes derivados de los lotes: al mismo tiempo, permite obtener resultados económicos perspectiva como un sistema que se esfuerza por minimizar los costos totales, mientras que alcanza un nivel deseado de servicio al cliente.

En un entorno competitivo, existe la imperiosa necesidad de mejorar constantemente el nivel de servicio, no sólo de aumento, pero, preferentemente, la reducción del coste total. Una estrategia de logística con el fin de lograr el equilibrio entre los costes logísticos y de nivel de servicio, de acuerdo con la citada Copacino (2003), consiste en la determinación de los criterios de rendimiento que necesitará el sistema logístico de mantener, más específicamente, en términos de los objetivos de costes y los niveles de servicio. Por lo general, el costo y el servicio implican relación directa y en una empresa se debe considerar y determinar la eficacia de la logística deseada. Podemos conceptualizar la logística inversa como el manejo de productos de consumo hacia el productor en la cadena de distribución. El concepto se refiere al papel de la logística en la devolución de productos y se puede ampliar considerando el reciclaje, la sustitución de materiales, reutilización de materiales, tratamiento de residuos, sustitución, reparación o re fabricación. Desde el punto de vista de la ingeniería, la logística inversa es un modelo de negocio sistémico que aplica los mejores métodos de ingeniería y de gestión en la empresa de logística, con el fin de cerrar de forma rentable el ciclo de la cadena de suministro. Con lo que la logística inversa con el ámbito de la gestión de las operaciones comerciales, podemos establecer la logística inversa como el proceso de planificación, la ejecución y el control de las materias primas fluir en proceso y productos terminados, y su flujo de información desde el punto del punto de origen del consumo, con el fin de recuperar el valor o realizar una eliminación adecuada. Las tareas del proceso de logística inversa incluyen los productos devueltos por razones tales como daños, la estacionalidad, la sustitución, la memoria o el exceso de inventario; reciclaje de materiales de embalaje y contenedores de reutilización; reacondicionar, y re fabricación de reforma productos; poner a disposición del equipo obsoleto; programa para materiales peligrosos; la recuperación de activos "Por lo tanto, en última instancia, la logística inversa implican un proceso de integración funcional, que trabaja para mejorar la gestión de los flujos de materiales e información. Cuando se habla de Logística Inversa, no podemos dejar de mencionar la preocupación por el medio ambiente, ya que es uno de los principales factores que motivan, ya que las definiciones muestran a sí mismos. El tema ambiental ha adquirido una importancia creciente desde los años 70, ya que los consumidores desarrollan una mayor conciencia medioambiental, y por supuesto cobrar posición similar en las industrias de bienes de consumo o servicios.

Son precisamente estos cambios que favorecen la creación de los Consumidores Verdes. Consumidores verdes en busca de productos respetuosos del medio ambiente, procedentes de empresas que demuestran clara preocupación por la conciencia ambiental. Estos mismos consumidores, preocupados por las futuras generaciones y sus descendientes, tienen la disposición a pagar más por productos verdes, haciéndolos económicamente viable. Las empresas siempre gestionado sus actividades de logística, pero no siempre tienen una idea clara y cuánto les cuesta, al menos hasta mediados de los años 50 (Ballou, 1993). La primera aplicación del coste total de la actividad logística, de acuerdo con Bowersox y Closs (1996), fue presentado por Howard Lewis, James y Jack Culleton de acero en **"El papel de flete aéreo en Distribución Física"** bajo la tesis de que en situaciones en las la velocidad y la distribución del aire produce la dependencia de otros costos, tales como almacenes e inventarios. En la actividad logística se ha considerado a menudo el costeo basado en actividades que busca relacionar todos los costos relevantes necesarios para la adición y el valor de las actividades, independientemente del momento en que se produzcan. Los criterios de diseño de sistema de costos, es decir, las normas y procedimientos para la identificación, agrupación y definición de los costos tienen un impacto decisivo en el proceso de decisión, para ayudar al gestor de comprender los factores clave que afectan el costo de la logística. Para entender algunos conceptos de costes a la gestión logística y la comprensión de la materia, insertamos algunos conceptos costes incurridos en la actividad logística. Muchas empresas de servicios (entidades no industriales) comenzaron a utilizar los principios y técnicas de contabilidad de costes debido a la similitud de la situación, el tratamiento de sus gastos como los costos. Como proveedor de la actividad logística es eminentemente de otras actividades de servicios de la compañía, el consumo de los recursos asociados a esta actividad fueron tratados como costos, y se tratan por todos los autores y profesionales relacionados con la actividad logística. En cuanto a la relación con el objeto (clientes, productos, piezas o canales de distribución), el coste se puede clasificar en:

Los costes directos

Son aquellos que pueden ser apropiada directamente al producto o servicio (siempre que no es una medida de consumo). En el caso de la logística son la mano de obra, embalaje y otros que reflejan directamente en el servicio.

Los costos Indirectos

Son aquellos que no pueden ser que se asigna directamente a cada tipo de objeto / producto o servicio en el momento de su ocurrencia, tales como el costo de la tecnología de la información utilizada en un proceso logístico que cumpla con varios clientes.

Los costos Fijos

Son las necesarios para el funcionamiento normal de la empresa (puede ser repetitivo o no repetitivo). Ejemplo el arriendo de un local para el almacenamiento de productos, con independencia del volumen transportado, almacenado o descargado, esos costos se incluyen en la operación y correrán a cargo de la empresa.

Los costos Variables

Ellos son directamente proporcionales al volumen de producción / servicio. En el caso de la actividad logística varían de acuerdo con el volumen transportado, almacenado y servicios.

Los costos logísticos normalmente siguen las normas de contabilidad de otras actividades, dejando sin embargo, tener un buen conocimiento de la empresa antes de asignar, ordenar o distribuir cualquier costo, evitando incurrir en errores conceptuales que puedan comprometer la fiabilidad las cifras presentadas por la contabilidad de costes. La principal dificultad es que muchas empresas están en proceso de adoptar un enfoque integrado de gestión de logística y la distribución es la falta de información sobre los costos. Los costos de los sistemas convencionales de grupo son en grandes categorías agregadas, no lo que le permite hacer un análisis más detallado. Sin este mecanismo para analizar los datos de costes totales, es difícil identificar el potencial de comercio que puede existir dentro del sistema logístico. La gestión de la logística es útil para identificar los problemas que se plantean en los diferentes niveles operativos, que son causadas por los impactos directos e indirectos de decisiones específicas.

A menudo, sucede que en la toma de una decisión en un área en particular, pueden producirse resultados inesperados en otras áreas, que influyen en los patrones de pedidos de clientes y causando costes adicionales. Los procesos básicos de la logística han agrupado las actividades necesarias para alcanzar el objetivo final, que es capaz de ofrecer el producto adecuado en el momento deseado y en el momento adecuado. Estas actividades pueden expresarse en la siguiente ecuación:

CI = Costo de inventario
CL = Costo de Lote
CA = Costo de Almacenamiento
CT = Costo de transporte
CPPI = Costo de Procesamiento de Pedidos y pedidos
CTL = CI + CL + CPPI + CA + CT Dónde: CTL = Costo total de la actividad logística

El requisito básico de esta ecuación es que la gestión eficaz de los costos dentro de la cadena de suministro es para reducir al mínimo el coste total, dado el nivel de servicio requerido por la empresa y el consumidor. La combinación de todas las actividades debe crear un proceso de sinergia, de modo que el resultado final sea asegurar que el servicio funcionará a un precio más bajo, al tiempo que garantiza el mismo nivel de servicio. La normalización y práctica de la presupuestación es llevada a la compartimentación de la contabilidad en los negocios, por lo tanto, el presupuesto tiende a ser elaborado funcionalmente. Una de las principales características de las decisiones logísticas es extraer información de un sistema existente. El propósito del análisis de coste total en este contexto es la identificación del cambio de los gastos causados por estas decisiones. Los costos de distribución siempre han representado una carga considerable para las empresas, sin embargo, en los últimos años, el control de la logística ha conseguido reducirlos. Cuando se expresa en términos de porcentaje los costes logísticos de valor agregado, son en realidad cada vez mayor para muchas empresas.
El gasto de logística en empresas van del 5% al 35% del valor de las ventas, dependiendo del tipo de actividad, área geográfica de operación, la relación peso / valor de los productos,

podemos ver que la logística es una parte muy importante en composición del precio final del producto.

Ejemplo de procedimiento para reducir costos de la distribución física.

1ºpasó

Verificación de las condiciones solicitadas.

La comprensión de las condiciones de servicio solicitados.

Comprobación de las expectativas de la alta dirección.

Definición de los objetivos de reducción de costes.

2ºpasó

El análisis detallado de los costos de distribución física.

Análisis de los costes externos.

Análisis de los costes internos.

El análisis por temporada, día de la semana, la ubicación, cliente, producto.

3ºpasó

La determinación de las causas de costos y análisis de la situación.

La concentración de las principales causas cuesta.

Determinación de las causas de origen de costos.

Análisis de las causas más importantes.

4ºpasó

Comprensión de los problemas y estudio de propuestas de mejora.

Comprensión cuantitativa de los problemas.

Subdivisión y sistematización de problemas.

Estudio de propuestas de mejora y desarrollo de las contramedidas.

La competitividad ha exigido a las empresas desarrollar ventajas competitivas frente a sus competidores que implican tiempo, costo y nivel de servicio. La gestión de la logística estratégica surge como una herramienta de gran alcance con el fin de proporcionar parámetros de evaluación gestores de rendimiento compatible con los objetivos de negocio, al tiempo que genera beneficios entidad de activos a sus propietarios y otras partes interesadas. El principal objetivo de la logística es garantizar la satisfacción del cliente con el tiempo, la cadena de proveedores, transporte, distribución, venta al por menor, clientes, flujo de materiales,

recuperación y reciclado, el flujo de información, flujo de caja y de recursos humanos. Para cumplir con los objetivos logísticos, los gerentes no deben participar sólo de la entrega a los clientes de los productos, bienes comerciales y servicios demandados, pero tiene que globalmente reorganizar las funciones de suministro de materiales, la producción de componentes y venta al por mayor de compra de la función del desarrollo de productos y la distribución física, función de ventas, y así sucesivamente; es necesario estructurarlas y sistematizarlas.

5ºpaso

Estimación de los resultados mediante la mejora y la intervención aglutinante.

La estimación de la inversión y la eficacia de las propuestas de mejora.

Sistema de promoción de Estudio para la implementación.

Aplicación de implementación.

6ºpaso

Realización, Implementación, Follow-up.

Realización y revisión de las propuestas originarias.

Ejecución experimental e implementación de Follow-up.

Los costos de logística pueden ser manejados para minimizar los costos y maximizar la calidad y los resultados empresariales, por lo tanto, añadir valor a los accionistas de las empresas.

Gerencia costos logísticos – Un desafío de la gestión de logística.

Las empresas siempre gestionan sus actividades de logística, pero no siempre tienen una idea clara y cuánto les cuesta, al menos hasta mediados de los años 50. La principal dificultad que muchas empresas tienen en el proceso de adopción de un enfoque integrado de logística y gestión de la distribución es la falta de información sobre los costos. Costos de los sistemas convencionales que se agrupan en categorías amplias agregado, no lo que le permite hacer un

análisis más detallado. sin esta fase de analizar los costes de datos agregados, se hace difícil identificar la potencial comercial que puede existir dentro del sistema logístico. Christopher (1997 p. 57) afirma que la estructura contable, sin embargo, está en uso por la mayoría de las empresas. Hoy en día se basan en métodos arbitrarios para asignación de los gastos generales y por lo tanto, generalmente distorsiona la rentabilidad verdadera por producto y por cliente. Estos métodos tradicionales de contabilidad Ellos son, en la mayoría de los casos, inadecuados para el análisis de la rentabilidad del cliente y del mercado, ya que se inventaron originalmente para medir costos de los productos. El autor también señala que, desde la gestión de la logística es una el concepto orientado al flujo, con el fin de integrar los recursos a lo largo la ruta de acceso que se extiende desde los proveedores a clientes finales, es deseable que tenga un medio para evaluar el costo y el rendimiento de este flujo. Probablemente, la falta de información sobre costes es una de las razones Más importante que la dificultad que muchas empresas han sentido por adopción de un enfoque integrado de la logística y la gestión de distribución. La necesidad de gestionar la actividad total de la distribución como un sistema completo, teniendo en cuenta los efectos de las decisiones tomadas en un área de costo de la otra, tiene implicaciones en los sistemas contables de la organización. Típicamente, los costos de los sistemas convencionales se agrupan en categorías amplias Agregado que, por tanto, no permiten un análisis más detallado necesario para identificar el verdadero costo de la prestación Atención al cliente en una variedad de productos. Sin medios que permitan analizar los datos los costos totales, es imposible revelar el potencial de comercio que puede existir dentro del sistema logístico. La evolución de las operaciones de logística, las empresas se enfrentan con dos problemas básicos: el primero hace referencia a la magnitud de los costes logísticos y segundo, la manera de asignar estos costos.

El control de la gestión de los costes logística puede facilitar una mayor eficiencia en los procesos internos y externos la organización, sino también para mejorar la relación con sus proveedores de servicios y los clientes a menudo víctimas de un costes de subvención cruzada. Uno de los principales retos de la logística moderna es la gestión de relación entre coste y nivel de servicio. El mayor obstáculo es que cada vez Los clientes demandan mejores niveles de servicio, pero al mismo tiempo no son dispuestos a pagar más por ello. La logística gana la

responsabilidad de añadir valor al producto a través del servicio que ofrece. El nivel más alto de servicio Los costos de logística más que los niveles más bajos. Necesidades de servicio de los clientes Ellos deben cumplirse dentro de los límites de costes razonables, es decir, el costo de establecer un cierto nivel de servicio debe equilibrarse con el potencial de ventas para ese servicio, a fin de dar la máxima contribución a los resultados. La mala calidad de la información de costos puede traer una gran cantidad de distorsiones en el proceso de toma de decisiones. Se utilizan por lo general la información contable a efectos de gestión de negocios. Sin embargo, el hecho de éstos se dirigen hacia un objetivo, sobre todo fiscal, y se centra en producción, puede dañar o incluso descarrilar, algunos análisis de gestión. Entre las principales críticas a la utilización de la información contable a efectos gestión, se puede mencionar:

- Los costes de los criterios de evaluación utilizados;
- Sin tener en cuenta el coste de oportunidad;
- Criterios de amortización legales.

El sistema tradicional de contabilidad de costes que se adopta el criterio que todos los gastos deben ser prorrateados por criterios que tienen en cuenta solamente volúmenes o los costes directos de producción o venta, impide un análisis detallado los gastos, lo que genera problemas de interpretación de los datos. En la actividad logística se ha considerado a menudo cuesta basado en actividades que busca relacionar todos los costos relevantes necesarios para la adición y el valor de las actividades, con independencia del momento que se producen. Los criterios de diseño de sistema de costos o de las normas y procedimientos para identificar, agrupar y definición de costos tienen impactos decisivo en el proceso de decisión, para ayudar al gestor de entender la principales factores que afectan el costo de la logística.

La falta de información sobre los costos que sea útil para el proceso de la toma de decisiones y el control de las actividades de desarrollo necesarias para herramientas de gestión con objetivos específicos. La gestión de los costes de logística puede ser más o menos centrado de acuerdo a la meta deseada. Es posible desarrollar un sistema para satisfacer Sólo una actividad, un conjunto de actividades, o incluso la totalidad actividades de logística de la empresa. Es importante darse cuenta de que el aumento del alcance Esto puede deberse a la falta de concentración. De ahí la necesidad de dirigir el sistema para tipo de control o decisión que está

destinada a apoyar. El sistema de gestión de costes puede extrapolar al límite la empresa teniendo en cuenta también otras actividades llevadas a cabo por otras componentes de la cadena de suministro.

CONCLUSIÓN

La competitividad ha exigido a las empresas desarrollar ventajas competitivas frente a sus competidores que implican tiempo, costo y nivel servicios. La gestión de logística estratégica surge como una herramienta de gran alcance, con el fin de proporcionar a los administradores parámetros de evaluación de rendimiento compatible con los objetivos de la empresa como una organización, generando beneficios de activos a sus propietarios y otras partes interesadas El principal objetivo de la logística es asegurar la satisfacción de los clientes a cadenas de proveedores, transporte, distribución, venta al por menor, clientes, flujo de materiales, la recuperación y el reciclaje, el flujo de información, flujo de los recursos financieros y humanos. Para cumplir con los objetivos logísticos, los gerentes no sólo deben tomar la entrega a los clientes de los productos, bienes y servicios comerciales exigiendo, también deben reorganizarse

En general, las funciones de suministro de materiales, componentes, producción, y la compra, la función de desarrollo mayor del producto y la distribución física, función de ventas, y así sucesivamente; es necesario estructurar ellos y sistematizarlas. Los costos de logística se pueden manejar con el fin de minimizar los costos y maximizar la calidad y los resultados empresariales, Por lo tanto, añadir valor a los accionistas de las empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- BOWERSOX Donald J.,CLOSS,David J.; Cooper,M.Bixby –*Supply Chain Logistics Management* - Published by U.S.A.: McGraw Hill Higher Education (2001);
- BALLOU, Ronald H. Logística Empresarial: Transportes, Administración de materiales, distribución física. 2007;
- BALLOU, Ronald H. Gestion de la cadena de organización y logística empresarial,2001.
- B Ballou, Ronald H., Logística Empresarial: el transporte, la gestión de marketing y distribución física, 1993.
- Cool, K., Costa, L. A., & Dierickx, I. (2002). Constructing competitive advantage. In A. Pettigrew, T., H. Thomas, & R. Whittington (Eds.), Handbook of strategy and managementBarney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120. KOTLER Philip. Dirección de marketing. Editorial PHH. MEXICO 2004
- BOWERSOX, Donald J. CLOSS, David J.Logistical Management- The integrated Supply Chain Process, McGraw-Hill, 1996.
- Kotler, P.; Ayes, T. & Bloom, P. N. (2002) "Marketing de serviços profissionais: estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros. Manole, São Paulo
- Garralda Ruiz de Velasco, Joaquín. La cadena de valor. IE business publishing, 1999.
- Mintzberg, Henry, Quinn, James B. y Voyer, John. El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos. Pearson Educación, 1997.
- Porter, Michel E. Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Compañía Editorial Continental, 1991.


IPLACEX
TECNOLÓGICO NACIONAL

IPLACEX
TECNOLÓGICO NACIONAL

GESTION LOGISTICA

UNIDAD Nº III

Modelos Logisticos



Introducción

Los rápidos cambios que han ocurrido en el mercado de consumo, clientes cada vez más exigentes, menos tolerantes a errores y que requieren un nivel cada vez más alto de servicio de las empresas, así la necesidad de más rápidas entregas, reducción de costes y presiones para reducir los niveles de inventario son algunos de los puntos lo que demuestra la importancia de la investigación sobre el almacenamiento y separación (picking) de los productos terminados en los sistemas logísticos. El escenario actual que empresas de logística han experimentado ha vuelto cada vez más más difícil debido a los cambios dinámicos que se han producido a lo largo de la cadena de suministro. El mercado de consumo ha sido cada vez más exigente y esto tiene traído un gran impacto en las actividades de almacenamiento, picking y enviar de materiales. Las actividades de logística de almacenamiento se han vuelto cada vez más complejo, debido al aumento en el número de elementos en las carteras de empresas y cantidad de la orden, principalmente fraccionada. Los clientes tienen cada vez más grandes y más demandas integral, inspirado en la filosofía y reabastecer Justo en el tiempo, con el fin de reducir su niveles de inventario. Además de una mayor complejidad en las operaciones de almacenamiento, este cambio planteado fuertemente el costo de almacenes, especialmente las actividades de picking. Aunque esta actividad tiene un alto costo para las empresas, muchos de ellos todavía realizan de manera manual, como resultado de este proceso, muchos partos errores, desgaste con clientes y un elevado número de solicitudes de reembolso, es decir, muchas empresas tienen una actividad de picking caro e ineficiente. Para la actividad de recogida podría modernizarse, ser más eficiente y menos costoso para las organizaciones, se han desarrollado soluciones de tecnología de información (IT) garantizando una mayor eficiencia de este proceso. Entre las muchas soluciones tecnológicas desarrolladas en los últimos tiempos, se viene ganando importancia, el picking por voz (separación de voz). Este nuevo método de recogida tiene demostrado ser muy eficaz, ya que proporciona una mayor asertividad en los envíos Envío del vehículo, aumentar la productividad en la preparación de pedidos y reduce el coste de , lo cual proporciona un mayor nivel de servicio a los clientes.

Los indicadores de desempeños, también llamados KPI (indicadores clave de rendimiento) son medidas de rendimiento, cuantificables, que ayudan a las empresas a definir, evaluar y mejorar su desempeño en áreas consideradas importantes para la organización. Los indicadores de rendimiento se encuentran cerca de un benchmarking interno, ya que su objetivo es mejorar continuamente algunos procesos para obtener una ventaja competitiva. Como se señaló anteriormente, los indicadores deben reflejar global, centrado en elementos de factores críticos de éxito. Con el enfoque de cadenas de suministro, los viejos sistemas de medición del rendimiento fueron rápidamente obsoleta, y más que nunca, los indicadores deben reflejar los procesos importantes, no sólo los números, la mejora del rendimiento, estimulando a los empleados y motivadores, y lo más importante a través de toda la cadena de valor, no sólo un caso específico. En general, cada organización tiene que hacer seguimientos de factores internos y externos. Interna se relacionan con sus procesos, mientras externa tienen en cuenta los elementos de proveedores y clientes. Normalmente son medidas actuales de calidad, costo y entrega (tiempo). Más recientemente, para cumplir con la nueva visión estratégica de algunas empresas, elementos de la sostenibilidad y el medio ambiente comienzan a aparecer en las ventanas. Algunos modelos de gestión del rendimiento, tales como la evaluación comparativa mencionada, tienen una estructura para facilitar la alineación estratégica de las operaciones con los objetivos y la visión a largo plazo. El más utilizado es el Cuadro de Mando Integral, desarrollado en los años 90 por dos profesores de la Harvard Business School, que se basa en cuatro pilares: finanzas, clientes, procesos internos y el crecimiento / aprendizaje. Otro modelo también es muy robusto y utilizado, desarrollado por una empresa de consultoría, es el SCOR (Supply Chain Operaciones de Referencia) y se centra en la mejora de procesos (y comunicaciones) entre las organizaciones.

Ideas Fuerza

- Evolución de Logística
- Cross Doking
- Descripción de la operación de *cross-docking*
- Indicadores de rendimiento (KPI)
- KPIs LOGÍSTICOS

Desarrollo

Los indicadores de rendimiento, también llamados indicadores clave de rendimiento (o indicadores clave de rendimiento - KPI - Inglés) se utilizan para evaluar y medir el nivel de rendimiento de los procesos clave para la compañía. Ellos son comúnmente utilizados por la alta dirección para dirigir los esfuerzos de los empleados, ya que facilitan la focalización de los esfuerzos para mejorar los índices más importantes. Los indicadores de rendimiento son únicos para cada empresa, deben reflejar la misma estrategia. Por lo tanto, en logística, para algunas empresas será un indicador importante relacionado con el tiempo, mientras que para otros tendrá un costo o la calidad. Además, los indicadores de rendimiento deben ser utilizados no sólo para evaluar los procesos internos, sino también los procesos externos, la evaluación de los socios en la cadena de suministro. Realizar un seguimiento de estos indicadores permite evaluar el desempeño en el tiempo, y por lo tanto constituyen un benchmarking interno, porque queremos mejorar los índices de cada período. De este modo, la empresa puede compararse con ella en el pasado. Además, a través de estudios especializados, es posible conocer los valores de los indicadores para el sector de actividad y luego compararse con los competidores. Actualmente las organizaciones están buscando estrategias para poner de relieve en el competitivo y siempre cambiante mercado global. Tales cambios se producen por la incertidumbre económica y la reducción de la gestión del ciclo de vida del producto, lo que hace entorno empresarial muy compleja. Frente desde el establecimiento de la logística emerge como la última frontera de los negocios de desarrollo de negocios. El mercado está obligando a las empresas a reorientar su enfoque para el consumidor final, buscando la diferenciación y ventaja competitiva para superar competidores y clientes sorpresa. Se muestra la aplicación de las operaciones de logística como una herramienta estratégica apropiada para controlar los costos y mejorar los niveles los servicios, lo que permite gestionar estratégicamente el flujo de mercancías desde un origen a un destino. Las actividades logísticas con el foco en las necesidades del cliente que la gestión estratégica y sistemas operativos permiten a las demandas de servicio de temporada con un coste reducido.

Así que para sobrevivir el entorno competitivo actual, el mercado requiere prácticas dinámica de la distribución, ágil, flexible y económica. Ante este escenario de mercado sistema de distribución cross-docking se revela como una herramienta estratégica para optimizar los resultados dentro de los arreglos logísticos. El modo cross-doking surgido en las últimas décadas como uno de los principales prácticas logísticas en la gestión de la cadena de suministro de servicios (SCM). Puede ser el observar cross-docking como un modo en el que se recibe la mercancía en un centro distribución a consolidarse, con guión y se envía al consumidor final, sin los requisitos de almacenamiento destinadas a mantener las estructuras organizativas ligeras y lo que permite la capacidad de la empresa para reaccionar a los cambios bruscos de mercado globalizada.

Evolución de Logística

Logística, en su concepción inicial, fue el simple acto de entrega de la producto adecuado en el lugar requerido dentro de un intervalo de tiempo dado. Con los años, este concepto ha evolucionado, adquiriendo nuevas dimensiones, adaptándose a necesidades específicas del tiempo, durante el siglo XX (Bowersox, 2006). En la antigüedad, se desarrollaron las actividades económicas para asegurar la supervivencia. Productos alimenticios y de consumo se producen en lugares específicos. Alimentos y otros comoditas se extendieron a las regiones más remotas, haciéndolos asequible y abundante. El proceso evolutivo de la logística puede ser entendidas por medio de un análisis cronológico. De acuerdo con un estudio realizado por John Kent y Daniel Flint logística evolución pensamiento se lleva a cabo en cinco etapas: Campo de Mercado – Economía agraria (1900-1940), Especialización – basado en los desempeños funcionales (1940-1960), Integración Interna – Funciones Integradas (1960-1970), Foco en el cliente – busca por eficiencia (1970-1980), Supply Chain – Logística como diferenciación (1980 – días actuales). según Bowesox (2009) la evolución de la logística empresarial ha comenzado Desde el año 1980, con las exigencias de la globalización, el cambio estructural en economía mundial y el desarrollo tecnológico, la segmentación resultante el negocio de la logística en tres áreas principales: la gestión de materiales; movilidad de materiales y distribución física.

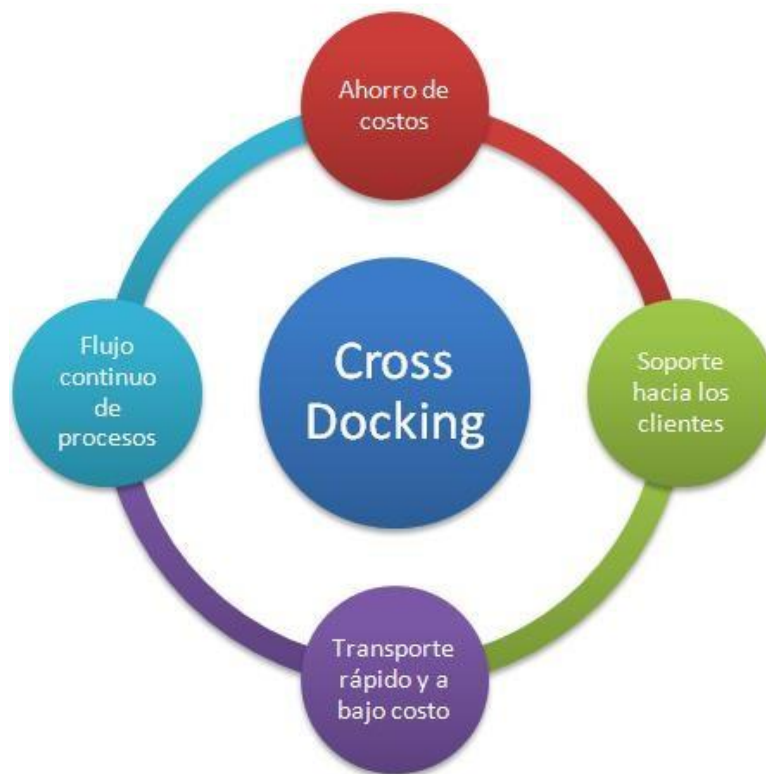
Se entiende por Gestión de materiales "[...] el conjunto de operaciones asociado con el flujo de materiales y la información de la fuente de materia prima a la entrada fábrica "(Bowesox, 2009). Es decir, la base de la gestión de materiales es proporcionar insumos para la producción de la compra de materiales de construcción, el transporte y almacenamiento, pre-establecida dentro de las exigencias de planificación. La manipulación de materiales es "el transporte eficiente de productos terminados poner fin a la cadena de producción hasta el consumidor "(Bowesox, 2009). Por último, la distribución física "[...] Es el conjunto de operaciones asociado a la transferencia del objeto de transacción de un bien desde el lugar de producción al lugar designado en el flujo y la información de destino asociados " (Bowesox, 2009). El concepto de gestión de la cadena de suministro (SCM) tiene una gestión integral de todos los recursos de producción y transporte y integración de todas las empresas implicadas. El grupo de pesquisa global de suministro Chain Forum (GSCF) definió el SMC práctica como "la integración de los procesos negocio del usuario final a los proveedores originales (primaria) para proporcionar productos, servicios e información que añaden valor para los clientes y *stakeholdes*". La evolución de la logística muestra que es posible en la actualidad para conceptualizar la logística y la coordinación de todas las actividades relacionadas con la adquisición, el movimiento y almacenamiento de materiales. Este enfoque considera todo el flujo de materiales y información de los proveedores para el establecimiento de fabricación, con sus depósitos y líneas de producción, y también después de la fabricación, el flujo de producto a través de la almacenes y centros de distribución a los clientes, cuyos integrado de planificación y control es importancia fundamental para su funcionamiento (Ballou, 2009). El desarrollo de nuevas tecnologías y sistemas información surgió como una herramienta para la automatización de procesos en las áreas funcional. Los principales sistemas de información de gestión que abarcan los procesos globales organizaciones, mantenerse conectado unidades de negocio para los clientes y proveedores. Por lo tanto, la función logística es hacer la cantidad adecuada de determinadas mercancías en el lugar correcto en el momento adecuado. Logística consiste en un sistema mundial, formado por la integración de los distintos segmentos o sectores que lo componen.

Comprende el envasado, el almacenamiento, la manipulación, la manipulación, el transporte de una manera Generalmente, el almacenamiento de tránsito, de recepción, el envasado y el extremo de envío, es decir, hasta la entrega del producto al cliente. Es responsable de la planificación, el funcionamiento y la el control de todo el flujo de bienes y la información de la fuente al proveedor consumidor. (BOWESOX, 2009).

Cross-Docking

El entorno empresarial actual exige operaciones de logística más rápidos y menor costo y capaz de estrategias de marketing, gestionar redes de proveedores y clientes con el fin de generar resultados satisfactorios. El *cross-docking* es un concepto de logística que permite el cumplimiento de las operaciones de una manera oportuna, mediante la aceleración del flujo de bienes. En la última década el cruce de andén se ha convertido en una gran gestión de la práctica cadena de suministro, porque contribuyen a la consecución de algunos de sus propósitos importantes, tales como la reducción de inventarios en los almacenes, el aumento del flujo de materiales, un mejor uso de los recursos financieros y los plazos de entrega. El *cross-docking* tratan de minimizar o eliminar el proceso de almacenamiento, para que el sistema funcione en perfecta integración entre la recepción de los horarios, distribución y servicio al cliente. Para la realización de tales operaciones de integración en *croos-doking* generalmente con el uso intensivo de las TIC y WMS. El *cross-docking* puede traer una reducción efectiva de los costes de distribución y mantener el nivel de servicio al cliente. El modo *cross-doking* es también conocido por *flow through*. Este concepto se relaciona con el centro de distribución de la capacidad de la administración para centrarse en distribución de materiales y no a la información de manera oportuna, sino a través de flujo. Las principales ventajas y desventajas de modo *cross-docking*, haciendo hincapié en que los principales beneficios provienen de ahorro de mano de obra como manipulación de la carga y el almacenamiento y la reducción de las pérdidas en stock. Principal desventaja es la dificultad que las personas involucradas tienen que entender y saber operar *cross-docking*.

El *cross-docking* es altamente eficiente en permitiendo stocks viajan a través de un canal de distribución con la velocidad de flujo los productos que se separan en tres niveles nivel: (1) la paletizadas *cross-docking*, en donde productos proceden de diversos proveedores y se envían a otro vehículo directamente a la cliente final; (2) a través del acoplamiento con separación, en la que los productos son recibidos y separados en cajas, por región y (3) *cross-docking* con recogida y embalaje. A medida que la duración de la estancia en los locales donde hay *cross-docking* debe ser tomado como poco como sea posible, los expertos limitan el tiempo máximo de un día para que considerar un dique transversal con la carga de parada, dirigido al transportista u operador logística no efectúen cobrar tarifas de almacenamiento.



La práctica del *cross-docking* permite a las organizaciones alcanzar su goles ante las demandas estacionales, en el que el producto tiene costo del ciclo de vida, con plazos agresivos, lo que requiere agilidad en la distribución y entrega al cliente final, por lo tanto el modo para adaptarse al entorno actual que ha aportado ventajas competitivas para organizaciones.

El tipo de instalaciones de conexión cruzada son instalaciones que son altamente viables durante el periodo de la globalización y los cambios bruscos con el fin de que estos arreglos permitir una mejor gestión de los flujos que permiten las acciones a ser evaluado desde el suministro de materiales para la llegada del producto al consumidor final. Permitiendo que se crea ventajas competitivas y la creación de valor adicional. Debido al entorno de negocios altamente competitivo, *cross-docking* es una alternativa eficaz para gestionar las acciones, mientras que la logística Posicionando instalaciones y acuerdos estratégicos, dirigidos a realizar el flujo eficiente de materiales para a lo largo de la cadena de suministro, con el objetivo el éxito de la organización, para cumplir entregas, la disponibilidad de las expectativas y necesidades del cliente.

Descripción de la operación de *cross-docking*

Como se mencionó anteriormente el objetivo de reducir costes y mejorar resultados de la Compañía se utilizó el modo de distribución *cross-docking* en sus cadenas materiales de construcción, tal como se presenta mayor viabilidad para satisfacer la demanda de Ceará, que tiene con el fin de que la operación sería productos de valor añadido y de temporada alta. Este paso tiene como objetivo describir el procedimiento para la operación de sistemas utilizados en el proceso de recepción, la facturación y envío (cross-doking). El proceso a través del dockig comprende desde la recepción del material y la la recepción de datos de solicitudes de asistencia con la operación de picking (*cross-doking*) para el envío de materiales a la cobertura de la entrega, ya que la inserción de aplicaciones de SAP, hasta el retorno de la información y la entrega por parte del transportista con el Prueba de entrega completada. Las operaciones se llevan a cabo a través de sistemas SAP_MóduloSD y WMS.

Indicadores de rendimiento (KPI)

Los indicadores de rendimiento (Key Indicador de Desempeño - KPI) se utilizan para evaluar y medir el nivel de rendimiento procesos clave para la empresa. Las empresas no pueden manejar lo que a su vez no se puede medir.

Indicadores de desempeño actúan como una herramienta administrativa de gran importancia que tiene la el principal objetivo del registro de una actividad parcial o general dentro de una empresa y debe se mostrará en un simple y fácil de entender. Sobre la base de los análisis de datos reales de autor los resultados anteriores, se entiende los planes presentes y futuros de este modo, metas se pueden analizar constantemente y estrategias establecidas en búsqueda de la mejora continuo. Indicadores de desempeño permite las evaluaciones de desempeño basándose en hechos, datos y información cuantitativa, lo que da una mayor fiabilidad a conclusiones”. Indicadores del rendimiento se utilizan para acciones correctivas y preventivas, y se utilizan para guiar la dirección de la empresa, basada en hechos reales, con números cuantitativos que enlazan el rendimiento de cada proceso se analizó. Con estos hechos concretos que la empresa puede practicar soluciones a nivel estratégico o de acción rápida, incluso según las necesidades. Según Bowersox y Closs (2001), los indicadores de logística son parámetros de rendimiento representan un conjunto de información necesaria para la toma de decisiones estratégicas en el área de logística. Estos indicadores muestran e identificar los puntos críticos que dañan o comprometer el rendimiento de la actividad logística, que sirve para apoyar la implementación y gestión de mejora de procesos y el cambio organizacional. Indicadores de rendimiento de la logística permiten a la empresa para supervisar y controlar sus procesos y una mayor eficiencia por que le da una mayor capacidad para afrontar los retos de entorno competitivo. Estos indicadores son medidas de rendimiento que ayudan a las empresas a definir, evaluar y mejorar su rendimiento, logrando así mejores resultados. Dornier et al. (2000) garantizar que los indicadores relevantes en la prestación de capacidad logística servicio son herramientas fundamentales del sistema de control, lo que permite acciones y decisiones coherentes y estrategia orientada. Para Bowersox y Closs (2001, p. 560) "evaluar y monitorear el desempeño son dos tareas necesaria para asignar y controlar los recursos”. Es decir, que no medidas no controlada. También de acuerdo con los autores, esta medición se puede clasificar o dividir en varios tipos:

Medidas Interna de desempeño

*Costos

*Servicio al Cliente

*Medidas de productividad

*Medición de los activos

*Calidad

Medidas Externas de desempeño

*Percepción del cliente

*Benchmarling

Por lo tanto, los indicadores internos monitorear el desempeño de los procesos empresariales internos (Ej.: La rotación de inventario, distribución de inventario, etc.). Monitor externo de la prestación de los servicios siempre al lado de su audiencia. KPI sigla que corresponde a indicadores clave de rendimiento que se aplica a una serie de actividades logísticas de gran complejidad para la comprensión y el seguimiento de una operación cíclica en particular, La logística de su importancia como resultado de la actividad de la empresa, es necesario el uso de indicadores de rendimiento en lo que esta aplicación en cualquier proceso o segmento de logística ampliando de esta manera toda la cadena de aplicaciones entre los usuarios de diferentes niveles, desde herramientas operativas, y conferenciantes, alcanzando auxiliares administrativos y supervisores manejando de forma adecuada para alcanzar los objetivos previstos para el logro de sus objetivos y estrategias. La idea original de los KPI se acercó con Kaplan y Norton (1999), el cuadro de mando integral (BSC). El propósito del BSC (*Balanced Scorecard)* es conectar las medidas del sistema y los diversos indicadores clave de rendimiento a la estrategia la empresa. El cuadro de mando integral combina la información financiera a datos no financieros; por lo tanto KPI puede medir aspectos aparentemente inconmensurables, por ejemplo, Índice de satisfacción del cliente o gestión de contactos con los clientes (CRM). KPI medir el nivel de rendimiento procesos u objetivos estratégicos, es decir, las organizaciones de ayuda a definir y medir su progresar hacia sus metas. Para Krauth et al. (2005), indicadores clave de rendimiento se utilizan normalmente en contextos de antes y después, que es la evaluación del rendimiento de una empresa, principalmente mediante el análisis de datos agregados. Estas métricas hacen posible comparar los resultados actuales con el rendimiento del periodo anterior, con las normas de industria o incluso con competidores individuales.

Parmenter (2007) explica que los indicadores clave de rendimiento representan aspectos del rendimiento organizacional que son cruciales para el éxito presente y futuro de las organizaciones. El autor Se hace hincapié en que "KPI rara vez son nuevos aspectos de la organización." Dornier et al. (2000) estados que son herramientas fundamentales del sistema de control, que permiten la tomada de decisiones y estrategia orientada a la acción coherente. Se entiende así que los KPI deben medir sólo lo que es de alto impacto para corporación. Mediante el uso de indicadores clave de rendimiento puede entender cómo están siendo las estrategias ponga en práctica o no. Este análisis, como se muestra a continuación, se puede hacer por proceso / actividad de clave, y cada nivel jerárquico de la empresa: estratégico, táctico y operativo. Parmenter (2007) expone los resultados de los indicadores clave (KRI) como indicadores que resultan de diversas acciones de la empresa; el ejemplo ha sido el retorno de capital invertido y la satisfacción del cliente. El autor explica que es muy común confundir con KRIs con los KPI. Estos, a ser críticos, deben requerir atención constante por parte de sus funcionarios, por lo tanto, son monitoreados diariamente o semanalmente. Ya aquellos, porque tienen resultados de diversas acciones y largo plazo, se controlan mensualmente, trimestralmente, o a intervalos mayores. Cuando Parmenter (2007) explica que los indicadores clave se presentan en económicamente, estos son KRI (no KPI). El autor se refiere a los indicadores financieros relativo a las ventas, que son el resultado del rendimiento global del negocio. Sin embargo, la autor no menciona los costos. Se entiende entonces que Parmenter no tiene en cuenta los KPI solamente los indicadores de ingresos y ganancias. Como se ve en la Figura 2, Kris comprenden "cáscara" de una combinación externa sistema de medición, estas actuaciones resultan clave, que están representados por "Core" de los KPI. Entre Kris y KPI hay "conchas" intermedias, que están compuestos por Indicadores de rendimiento s- pi. El autor define como métricas simples de la PI que proporcionan información necesaria a los indicadores que se relacionan.

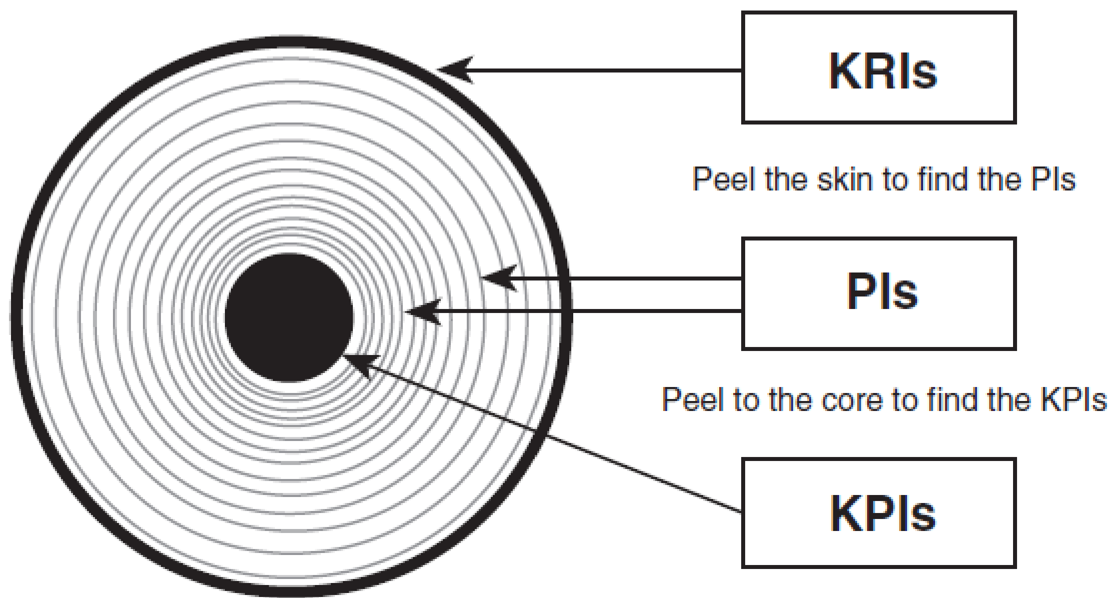


Figura 2. Tipos de indicadores de desempeño
Fuente:Partmenter 2007

Para ser mejor entendido el concepto de los tres tipos de indicadores, se puede ejemplificar de la siguiente manera: índice de satisfacción de los empleados de una empresa es una KRI; Índice de los empleados que participan en programas de sugerencias es un IP; y finalmente el índice promedio de respuestas correctas (o errores) la producción es un KPI (Parmenter, 2007). Por lo tanto, está claro que los tres tipos de indicadores están totalmente interconectados, y que la distinción entre ellos es algo que requiere una gran cantidad de conocimientos sobre el tema por el proceso de evaluación del desempeño del gerente. El éxito de un sistema de gestión basado en indicadores clave de rendimiento, así como el basado el sistema de medición común, que va mucho más allá del conocimiento sobre el tema y la iniciativa del gestor de indicadores. Al igual que la calidad de los programas es muy necesario interés y participación por parte del ejecutivo en este proceso con el fin de tomar acciones que involucrar y motivar a todos los empleados, no sólo los directamente responsables de la sistema de gestión. Por lo tanto, las empresas tienen que estar plenamente preparado para el los cambios que sean necesarios antes de implementar sistemas de KPI.

Furquim (Citado en Cavalcanti, 2009) cuenta con ocho eventos que se encuentran comúnmente en las empresas obstaculizar la implementación exitosa de indicadores clave de rendimiento, a saber:

*Alto número de indicadores estratégicos;

*La falta de indicadores o procesos tácticos, la falta de indicadores

*las actividades de seguimiento o de servicio;

*pobremente definido indicadores, formulado el mal;

*Las empresas no saben cómo identificar los procesos críticos de éxito;

*Poca difusión de la estrategia y la importancia de los indicadores clave rendimiento;

*La falta de comprensión por parte de los empleados; uso de ausencia (en ejecución) por los equipos;

*Carecer de paridad fija recompensas a los indicadores clave de rendimiento. La evaluación el rendimiento de los empleados y su retribución variable y bonos debería ser ligado a indicadores clave de rendimiento. Furquim confirma lo que otros autores han señalado respecto a la necesidad número limitado de indicadores clave de rendimiento. Las empresas vienen a definir muchos indicadores estratégicos y perder el control sobre lo que es realmente KPI. Otro problema es la falta de un sistema de revisión apoyado indicadores, es decir, no hay indicadores tácticos / operativos, o sin métricas simples, es difícil de alcanzar KPI como apoyo o indicadores de seguimiento son, en muchos casos los resultados parcial de los indicadores clave. Entre las dificultades presentadas por Furquim (2009), la falta de comprensión del cual es procesos clave o críticos de éxito es el problema central. Una empresa que no lo hace ha asignado sus procesos sin duda se sienten dificultades para clasificar el grado de importancia de éstos en relación con la estrategia corporativa. Parmenter clasifica indicadores KRI, KPI y Pis. Otros autores, como se verá más adelante, clasificar los indicadores de acuerdo a su naturaleza. Sin embargo, independientemente de su clasificación, es importante entender lo que los autores dicen en común acerca de indicadores clave de rendimiento, es decir, que están directamente relacionados con la estrategia.

En este contexto, se puede entender la necesidad de dirigir los indicadores clave de rendimiento, para cada función la organización (producción, comercialización, logística, etc.), por regla general, tiene su papel en la planificación estratégica de la empresa. Por lo tanto, la alineación entre la estrategia de logística y la compañía se puede medir por KPI logísticos que se presentará a continuación.

KPIs LOGÍSTICOS

KPI logísticos son indicadores de los procesos logísticos, medidos, por ejemplo, con respecto al coste, nivel de servicio y la productividad. Los indicadores clave de rendimiento de logística son indicadores que están en un nivel intermedio de naturaleza jerárquica de la pirámide indicadores cuya base está formada por las métricas operativas logísticas, y la parte superior se compone de indicadores corporativos, tales como rendimiento del capital invertido en la infraestructura logística. El concepto para cada nivel de indicador se describe como:

*indicadores estratégicos (o BI Business-Intelligence): parte del sistema la inteligencia de la empresa y son monitoreados constantemente por los directores de Logística o *Supply Chain*, por lo general se limitan a unos cinco indicadores;

*KPI (Key Performance Indicators): son monitoreados diariamente o semanalmente por los gerentes de logística, y dar cuenta de 5 a 10 indicadores más importantes de zona. Parte de ello se utilizará en la composición de BI - Business Intelligence;

*Métricas ordinarias: son mediciones del nivel de supervisión hacia abajo. Son indicadores que supervisan la operación del día a día. Son extremadamente importante porque permitir que el proceso de cambio de abajo hacia arriba, es decir, de abajo hacia arriba. ellos son responsable de promover la participación y la integración de equipos de trabajo, permitiendo proceso rápido y eficaz de cambio y ruptura de paradigmas. A indicadores herramienta logística equilibradas es propuesto por Sergeev (2005), como parte de un sistema de evaluación del desempeño basado en indicadores clave de rendimiento. el autor se hace hincapié en la importancia de un sistema que equilibra el impacto de la actividad logística en los costos de operación y capital / trabajo sorteo.

KPI son las herramientas adecuadas para abordar tanto los objetivos la corporación, ya que las actividades de logística en los diferentes niveles. En ese sentido, se entiende entonces que uno puede encontrar en cualquier KPI niveles de organización compañía desde KPI es el vector (conductor) de valor estratégico, el punto de origen Puede ser un proceso de nivel estratégico, táctico u operacional. Por lo tanto, se concluye que con respecto a la clasificación jerárquica de la naturaleza de indicadores, KPI es en el nivel intermedio, ya que está por encima métricas comunes y métricas por debajo de inteligencia de negocios. Pero a medida que la clasificación Jerárquica sobre el indicador de origen, KPI puede estar en cualquier nivel de la pirámide, como Se puede venir desde el punto de vista estratégico, táctico u operacional.

CONCLUSIÓN

La logística está tomando protagonismo debido a la situación actual del mercado. donde las empresas vienen a ver la logística como una herramienta estratégica para el desarrollo de ventajas competitiva frente a sus competidores, sobre todo en los aspectos de costos y el nivel servicio. Se puede ver a través de este estudio, la evolución de la logística y la importancia que esto ha tenido para la diferenciación de las empresas. Desde la gestión eficiente de la logística permite agregada valorar y reducir los costes para las empresas. Sin embargo, la importancia del control, la medición, el proceso de logística para el mejor uso de sus recursos y el apoyo en la toma de decisiones. No simplemente llevar a cabo las actividades, pero modificarlos con un alto nivel de servicio y menor costo posible. Dado que en el contexto actual, en un mundo tan globalizado, la diferenciación es Da a los pequeños detalles. Por lo tanto, la amplitud de los procesos logísticos en la organización y la importancia sistema para obtener mejores posiciones en relación a sus competidores en el mercado, como Actualmente los costos de logística están estrechamente relacionados con los costes globales. A continuación, puede empresas a través de la gestión efectiva de este proceso para reducir costes, aumentar el nivel de servicio y la lealtad del cliente. La logística es mucho más de transportar y almacenar, y la forma en que empresas obtendrán la diferenciación y el éxito en un mercado altamente competitivo y tecnológico, donde es esencial para la supervivencia de éstos el equilibrio entre un menor coste y la satisfacción del cliente organizaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Ballou, R. H. Gestión de la Cadena de Suministro. 4. ed. 2006.
- Ballou, R. H. Administración de la cadena de negocio de suministro / logística. 2009.
- Bowersox, D.J.: COOPER, MB; Closs, D. J. gestión de la cadena de suministro,2006.
- Bowersox, D. J.; Closs, D. J. empresarial Logística. El proceso de integración de Cadena de suministros. 2009.
- CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la gestión de la producción. McGraw-Hill, 1991.
- Ching, Hong Yuh. La gestión del inventario en la cadena logística integrada. 2001.
- FLINT, D.J.; LARSSON E.; GAMMELGAARD, B. Logistics innovation: a customer value oriented social process. Journal of Business Logistics, 2005.
- MC GINNIS, M.A; KOHN, J.W. Logistic strategy revised. Journal of Business Logistics, 2002.


IPLACEX
TECNOLÓGICO NACIONAL